

日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」マーケティング調査業務 【国内調査報告書】（抜粋）

2017年12月

日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会

目次 (1/2)

業務概要	3 ページ	Q15. 訪問場所決定時期	30
調査結果		Q16. 訪問場所の決定者	31
(1)従来の客層に関すること	4	Q17. 『旅』に求めるもの	32
調査概要	5	Q18. 当観光地の推奨度	33
① 6市町への来訪者調査		Q19. 当観光地への再来訪意向	34
6市町合計	6	Q20. 日本遺産の認知度	35
姫路市	7	Q21. 日本遺産に認定されていることが分かった場合の、その地域 への興味・関心の変化	36
神河町	8	Q22. 当日本遺産への認知度	37
市川町	9	Q23. 当日本遺産への来訪意向、来訪経験	38
福崎町	10	Q24. 当日本遺産への来訪時期	39
朝来市	11	Q25. 当日本遺産へ興味・関心を持つ理由	40
養父市	12	Q26. 当日本遺産推奨度	41
② 6市町および近隣主要観光地・施設の入込み者数調査		Q27. 当日本遺産へ興味・関心を持たない理由	42
主要観光地・施設について	13	Q28. 各調査地点から当日本遺産への訪問条件	43
主要観光地・施設の入込み数	14	Q29. 当日本遺産の巡り方	44
(2)新たな客層に関すること		Q30. 道をたどる旅場合の、当日本遺産の観光スタイル	45
① 観光客に対するニーズ・意識調査	15	Q31. 当日本遺産のPR方法について	46
調査概要・対象者プロフィール	16	② 誘客対象ニーズ・意識調査のまとめ	47
調査結果の要約	17	調査概要・対象者プロフィール	48
Q4. 旅行の種類	18	調査結果の要約	49～50
Q5. 同行人数	18	Q1. 職業	51
Q6. 旅行形態	19	Q2. 国内旅行の際の旅行形態	51
Q7. 同行者のうち高校生以下の子どもの有無	19	Q3. 国内旅行の際の宿泊数	52
Q8. 今回の旅行日程および宿泊数	20	Q4. 国内旅行の際の同行者	52
Q8. 宿泊府県	21	Q5. 『旅』に求めるもの	53
Q8. 宿泊都市	22	Q6. 近畿地区の旅行経験	54
Q9. 当該観光地の来訪経験・来訪回数	23	Q7. 兵庫県への旅行回数	55
Q10. 参考とした情報源	24	Q8. 兵庫県内の各地区の認知度、旅行検討の有無	56
Q11. 旅行全体を通して利用した交通手段	25	Q8. 兵庫県内で旅行経験のある地区	57
Q12. 現在地に来るための直近の交通手段	26	Q9. 次の旅行で訪れたい兵庫県の地区(単純集計)	58
Q13. 兵庫県外で訪問した地域	27	Q9. 次の旅行で訪れたい兵庫県の地区(クロス集計)	59
Q14. 兵庫県内で訪問した地域(中播磨・但馬地域以外)	28	Q9. 次の旅行で訪れたい兵庫県の地区(クロス集計)	60
Q14. 兵庫県内で訪問した地域(中播磨・但馬地域)	29		

目次(2/2)

Q10. 中播磨地区、但馬地区への旅行に関心をもつ きっかけとなった情報源	61
Q11. 中播磨地区、但馬地区の主要観光地の認知度	62
Q12. 中播磨地区、但馬地区の主要観光地の来訪意向	63
Q13. 中播磨地区、但馬地区旅行の満足度	64
Q14. 中播磨地区、但馬地区旅行の推奨度	65
Q15. 中播磨地区、但馬地区旅行への興味・関心	66
Q16. 中播磨地区、但馬地区旅行へ興味・関心を持った理由	67
Q17. 中播磨地区、但馬地区旅行への再訪意向	68
Q18. 日本遺産の認知度	69
Q19. 日本遺産への来訪経験	70
Q20. 来訪経験のある日本遺産の所在地域	71
Q20. 来訪経験のある日本遺産の所在地域(自由意見)	72
Q21. 日本遺産に認定されていることが分かった場合の、その地域 への興味・関心の変化	73
Q22. 産業的な遺物・遺跡への興味・関心	74
Q23. 当日本遺産の認知度	75
Q24. 当日本遺産への認知経路	76
Q25. 当日本遺産への訪問意向	77
Q26. 当日本遺産構成文化財への興味・関心	78
Q27. 「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の巡り方	79
Q28. 道をたどる旅場合の、当日本遺産の観光スタイル	80
Q29. 当日本遺産のPR方法について	81
(3) WEB・SNS調査	82
調査概要	83
調査結果の要約	84
国内調査総論	85
観光戦略の立案にあたり	86

1. 業務名：日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」マーケティング調査業務

2. 本業務の目的：

日本遺産認定に伴い、6市町（朝来市・市川町・神河町・姫路市・福崎町・養父市）が有する構成資産への来訪者誘致および当該地域のエリア回遊の促進・増加を目指した事業が開始される。

従来までの観光誘致（実績）に加え、これまでとは異なる新たな客層に対する効果的なプロモーションや観光戦略が必要と考えられることから、日本人およびインバウンドに対する意識調査・ニーズ調査などを行い、観光誘致策を構築する基礎資料を得るためのマーケティング調査を実施する。

3. 業務内容：全業務中、国内マーケティングに関する調査業務として、以下を実施し、本報告書に結果を記載する。

各調査の概要	
(1) 従来のお客様に関すること	
①6市町への来訪者数調査 (デスクリサーチ)	平成28年度の6市町への来訪者数を把握し、とりまとめる。全数に加え、月別や目的カテゴリー別にもとりまとめる
②6市町および近隣主要観光地・ 施設の入込み者数調査 (デスクリサーチ)	平成28年度の6市町および近隣主要観光地・施設の入込み者数を把握し、とりまとめる。
(2) 新たな客層に関すること	
①観光客に対するニーズ・意識調査 (現地調査)	姫路城・竹田城跡・城崎温泉への観光訪問者のニーズを明らかにし、「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」への観光誘致施策の検討材料となるような情報を取得する。
②誘客対象ニーズ・意識調査 (WEB調査)	広く全国の方に、但馬・中播磨地域、および日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の認知・関心を聴取し、当該地域、および当該日本遺産への誘客政策の基礎資料となり得るような情報を取得する。
(3) WEB・SNS調査	
①構成文化財および周辺観光地の 現状把握 (デスクリサーチ)	当日本遺産の構成文化財の開設状況や、周辺観光地のWEBサイトでの当日本遺産の情報掲載状況を整理・把握し、データベース化する。また、その内協力頂けるWEBサイトに対して、アクセス解析を行う。(最大5サイト)
②大手旅行口コミサイトにおける当該 エリアの現状把握 (デスクリサーチ)	旅行口コミサイト、「トリップアドバイザー」において、当日本遺産の構成文化財および6市町の観光地・施設の紹介ページの現状を整理・把握し、データベース化する。

※各調査の詳細な内容は、各調査ページに記載

6市町への来訪者調査 6市町および近隣主要観光地・ 施設の入込み者数調査

調査概要

■ 調査目的

6市町の来訪者数、および周辺の主要な観光地の現状を整理することで、日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」を取り巻く観光の状況を把握するために、以下の2調査を実施する。

■ 調査概要

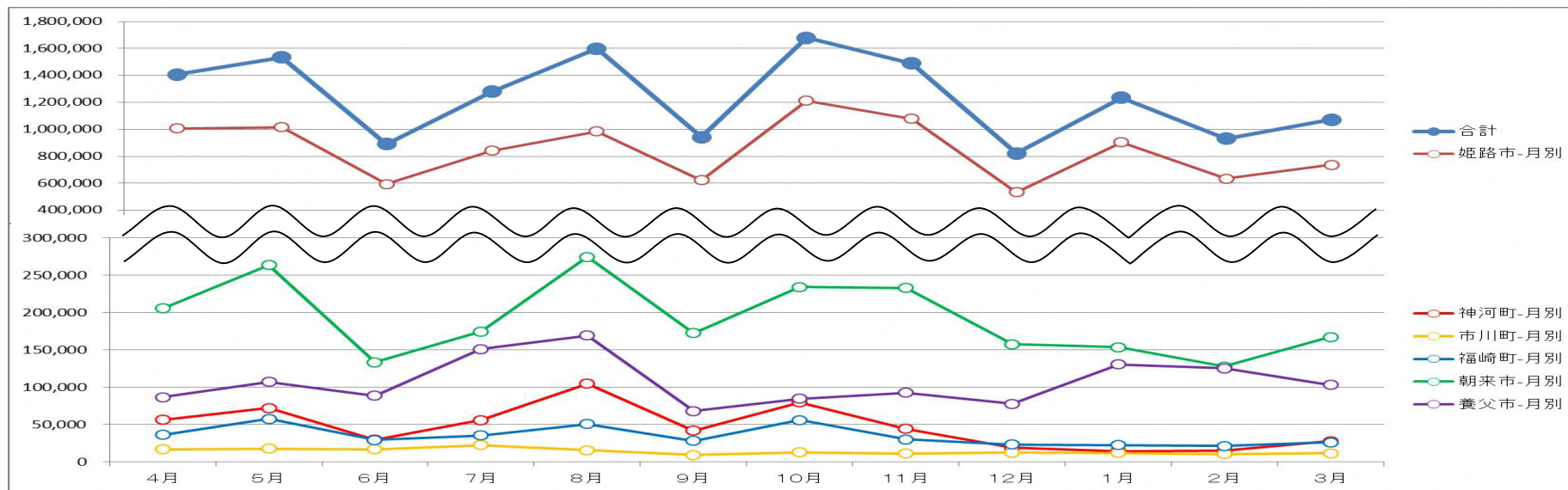
調査名称①	6市町への来訪者調査
調査目的	日本遺産「播但貫く 銀の馬車道 鉱石の道」の6市町の観光客の現状を整理・分析します。
使用データ	平成28年度 兵庫県観光客動態調査
目的カテゴリー	「自然（行催事・イベントを含む）」「歴史・文化」「温泉・健康」「スポーツ・レクリエーション」 「都市型観光」「その他」の6種類 01 自然（行催事・イベント含む）：各種お祭りなどのイベントごと、山や高原などが含まれています（立雲峡等） 02 歴史・文化：城、寺社、美術館、動物園、博物館、水族館、資料館、科学館などが含まれています（好古園等） 03 温泉・健康：温泉や温泉宿が含まれています 04 スポーツ・レクリエーション：ゴルフクラブ、海水浴、公園、スキー場などが含まれています（姫路セントラルパーク等） 05 都市型観光-買い物・食-：市場や食品センター、観光交流センターなどが含まれています 06 その他：道の駅、文化センターなどが含まれています
調査名称②	6市町およびその他地域の主要観光地・施設の入込み者数調査
調査目的	市町及びその他地域の主要観光地、施設の入込客数の現状を整理します。
使用データ	平成28年度 兵庫県観光客動態調査
調査施設	兵庫県内の主要施設30施設 ※平成27年度兵庫県観光客動態調査より、各地域の入込客数上位3施設を“主要観光施設”と定義し、抜粋。

① 6市町への来訪者数調査：6市町合計

6市町観光入込数

● 6市町-観光入込客統計

単位:人



6市町	施設数	平成27年	平成28年	増減
姫路市	96	11,813,343	10,162,658	↓-1,650,685
神河町	13	604,172	558,252	↓-45,920
市川町	6	114,018	167,169	↑53,151
福崎町	12	346,680	414,987	↑68,307
朝来市	31	2,450,422	2,293,496	↓-156,926
養父市	22	1,290,846	1,282,435	↓-8,411
合計	180	16,619,481	14,878,997	↓-1,740,484

カテゴリ分類	施設数	平成27年	平成28年	増減値
01自然 (行祭事・イベント)	67	3,090,685	2,682,229	↓-408,456
02歴史・文化	28	6,122,266	4,987,547	↓-1,134,719
03温泉・健康	14	1,090,414	1,119,502	↑29,088
04スポーツ・レクリエーション	51	3,679,780	3,397,842	↓-281,938
05都市型観光-買物・食-	4	203,578	206,576	↑2,998
06その他	16	2,432,758	2,485,301	↑52,543
合計	180	16,619,481	14,878,997	↓-1,740,484

● 6市町観光入込客数まとめ

- 6市町合計では、平成28年度入込客数は14,878,997人であった。入込客数を月別にみると、5月、8月、10月の来訪者数が多く、6月、9月、12月は来訪者数が少ない傾向にある。
- 6市町の中では、姫路市の来訪者が突出して多い。次いで、朝来市、養父市と続く。
- 目的カテゴリー別にみると、平成28年度入込客数は、「02歴史・文化」が4,987,547人で1位となっている。施設数は28施設と、目的カテゴリー別では3位の施設数だが、入込客数は最も多い。

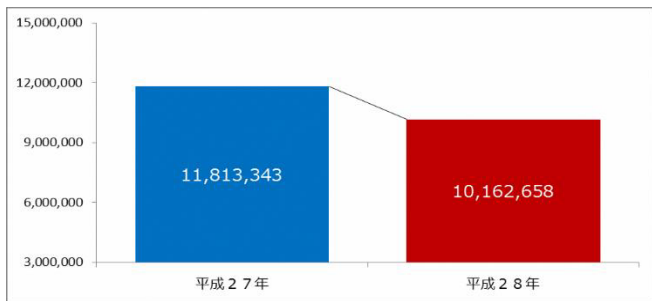
- ◆ 観光入込数の少ない6月は梅雨時期であり、GW消費後の控え傾向が影響しているものと想定。
- ◆ 9月は夏期需要期後の影響が考えられるが、SWや気候も良い時期であるため、この時期の誘客施策が年間を通じた安定化の一因になるものと考えられる。(SWを銀週間と捉え、集中的なキャンペーンを行う等)

① 6市町への来訪者数調査：姫路市

各市町の月別、季節別、目的カテゴリー別観光入込数

● 姫路市入込客数

● 年間入込客数



カテゴリー分類	施設数	平成27年	平成28年	増減値
01自然（行祭事・イベント）	43	2,638,232	2,254,837	↓383,395
02歴史・文化	18	5,478,487	4,440,652	↓1,037,835
03温泉・健康	6	593,071	595,971	↑2,900
04スポーツ・レクリエーション	22	2,431,309	2,089,737	↓341,572
05都市型観光・買物・食-	1	108,871	112,746	↑3,875
06その他	6	563,373	668,715	↑105,342
合計	96	11,813,343	10,162,658	↓1,650,685

※出典：兵庫県観光客動態調査データ

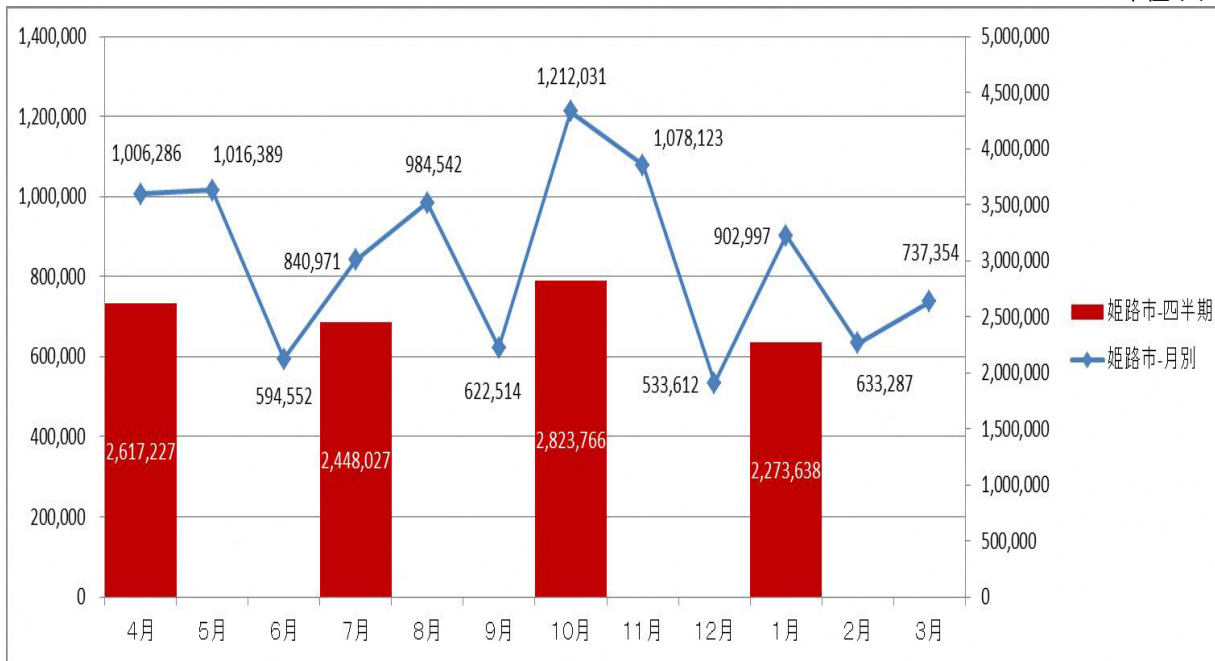
● 姫路市入込客数調査まとめ

【平成28年度年間入込客数】 11,813,343人 前年度より1,650,685人減 (-14%)
 【月別入込客数】 もっとも多い月は、10月の1,212,031人、もっとも少ない月は、12月533,612人
 【季節入込客数】

春期(4-6月) 2,617,227人 夏期(7-9月) 2,448,027人
 秋期(10-12月) 2,823,766人 冬期(1-3月) 2,273,638人

- 年間入込客数は前年の平成27年度より約1割減少。月別には、最も来訪者が多いのは10月で、最も来訪者が少ないのは12月である。
- 季節ごとにみると、来訪者数にあまり大きな差は見られない。目的カテゴリー別には、「02歴史・文化」の入込客数が突出して多い。

単位:人



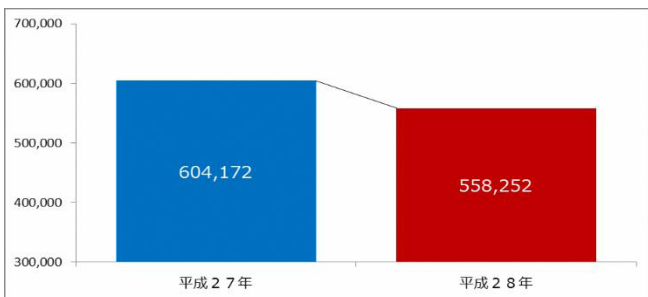
姫路市の観光入込客数の減少は、特に歴史・文化のカテゴリーで顕著であり、これは観光動態調査速報にもある通り、姫路城グランドオープンの反動による影響が強いと思われる。グランドオープン前の平成26年は年間計10,022千人であり、当時との比較では微増している。

① 6市町への来訪者数調査：神河町

6市町の月別、季節別、目的カテゴリー別観光入込数

● 神河町入込客数

● 年間入込客数



カテゴリー分類	施設数	平成27年	平成28年	増減値
01自然（行祭事・イベント）	4	127,532	119,996	↓ -7,536
02歴史・文化	0	0	0	0
03温泉・健康	0	0	0	0
04スポーツ・レクリエーション	7	424,676	393,325	↓ -31,351
05都市型観光-買物・食-	2	51,964	44,931	↓ -7,033
06その他	0	0	0	0
合計	13	604,172	558,252	-45,920

※出典：兵庫県観光客動態調査データ

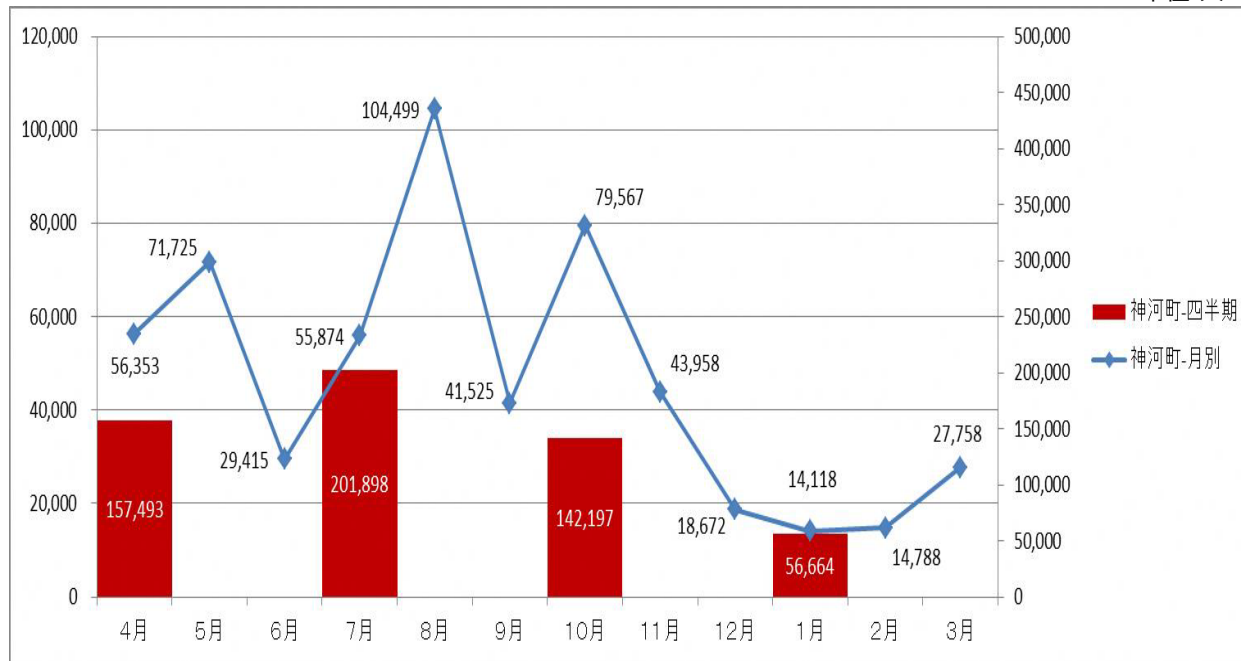
● 神河町入込客数調査まとめ

【平成28年度年間入込客数】604,172人 前年度より45,920人減（-8%）
 【月別入込客数】もっとも多い月は、8月の104,499人、もっとも少ない月は、1月14,788人
 【季節入込客数】

春期(4-6月) 157,493人 夏期(7-9月) 201,898人
 秋期(10-12月) 142,197人 冬期(1-3月) 56,664人

■ 年間入込客数は、前年の平成27年度よりやや減少。月別には、最も来訪者数が多いのは8月で、最も来訪者が少ないのは1月。季節別にみると、他季節に比べ、冬の来訪者数が少ない。目的カテゴリー別には、「04スポーツ・レクリエーション」の入込客数が最も多い。

単位:人



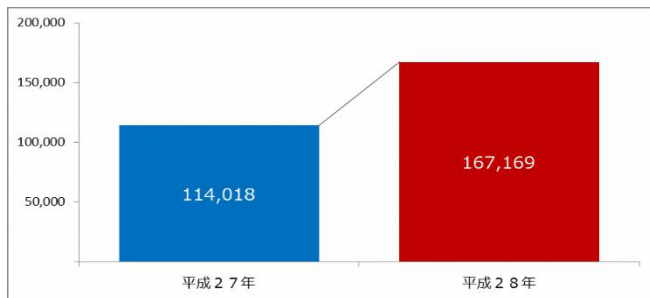
神河町は前年比較する限り微減傾向にあるが、11月25日にオープンした中播磨地域初となる道の駅「銀の馬車道 神河」の出だしが好調であり、旅に必要な体験・飲食・物販・情報拠点としてうまく周遊ルートに組み込んだ発信が出来れば、エリアの集客に貢献する起点になると考えられる。

① 6市町への来訪者数調査：市川町

6市町の月別-季節観光入込数 1-2

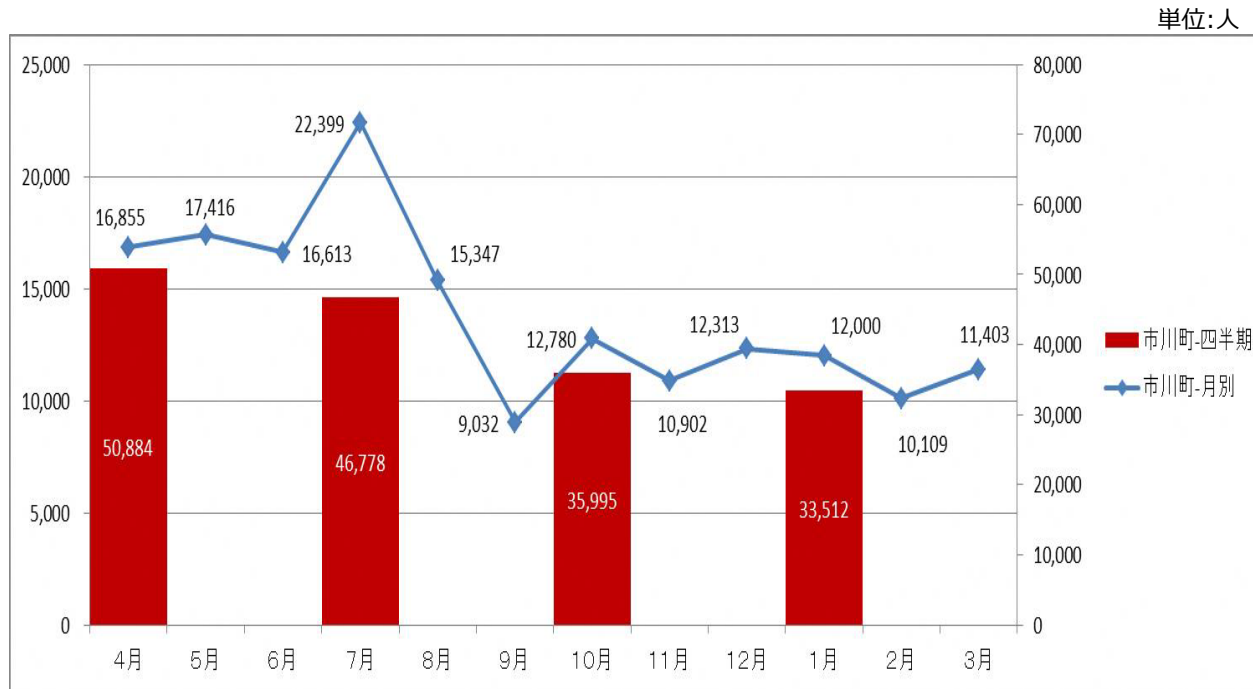
●市川町入込客数

●年間入込客数



カテゴリー分類	施設数	平成27年	平成28年	増減値
01自然（行祭事・イベント）	1	7,000	6,800	↓ -200
02歴史・文化	0	0	0	0
03温泉・健康	2	80,885	116,199	↑ 35,314
04スポーツ・レクリエーション	2	9,030	13,646	↑ 4,616
05都市型観光-買物・食-	0	0	0	0
06その他	1	17,103	30,524	↑ 13,421
合計	6	114,018	167,169	53,151

※出典：兵庫県観光客動態調査データ



●市川町入込客数調査まとめ

- 【平成28年度年間入込客数】 114,018人 前年度より50,151人増 (+47%)
- 【月別入込客数】 もっとも多い月は、7月の22,399人、もっとも少ない月は、9月の9,032人
- 【季節入込客数】
 - 春期(4-6月) 50,884人
 - 夏期(7-9月) 46,778人
 - 秋期(10-12月) 35,995人
 - 冬期(1-3月) 33,512人
- 年間入込客数は、前年の平成27年度より5万人程度増加。月別には、最も来訪者数が多いのは7月で、最も来訪者が少ないのは9月。季節別にみると、春・夏と秋・冬で、来訪者数に差がみられる。目的カテゴリー別には、「03温泉・健康」の入込客数が最も多い。

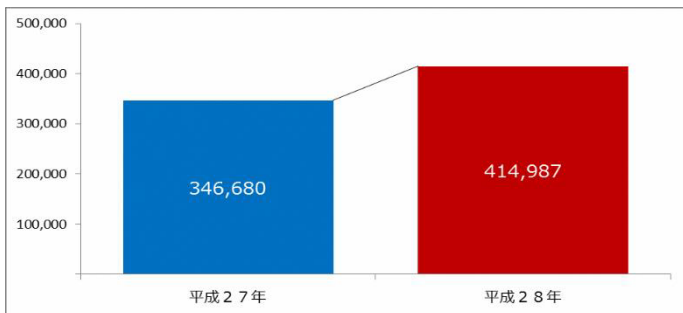
市川町は対前年比増加の傾向にあり、この要因の一つとして速報版にも記載ある通り、笠形温泉「せせらぎの湯」の改修工事後の通常営業再開による影響があると思われる。

① 6市町への来訪者数調査：福崎町

6市町の月別-季節観光入込数 1-2

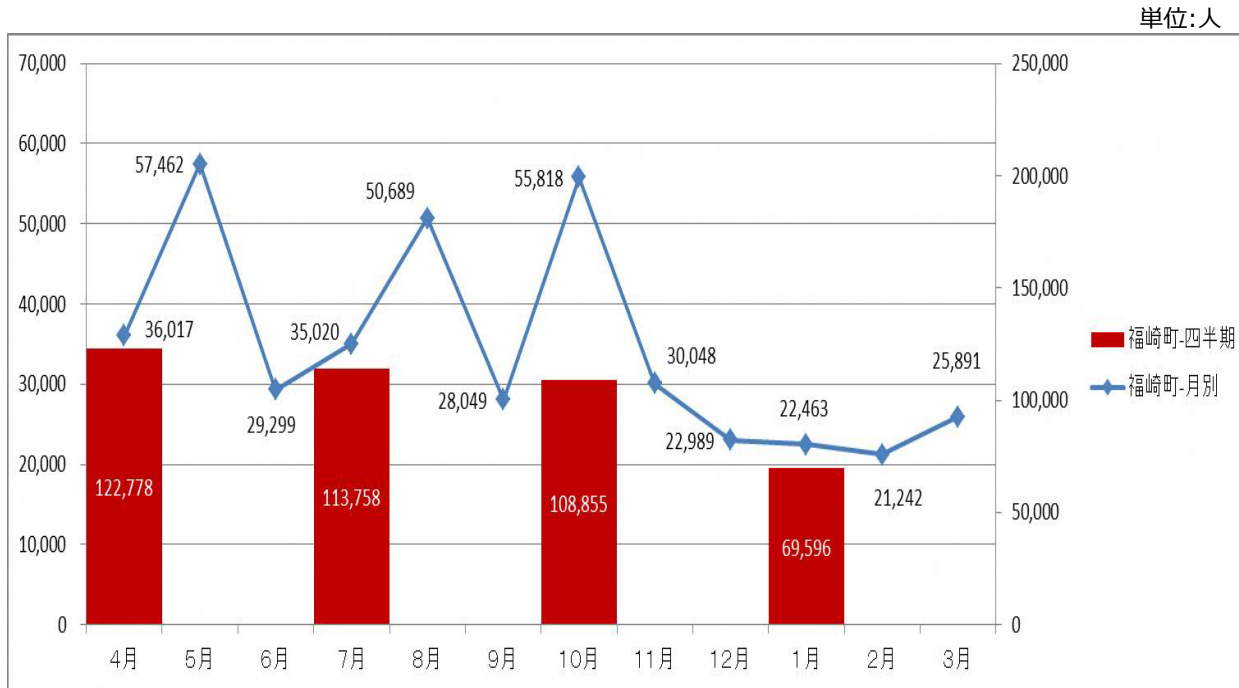
●福崎町入込客数

●年間入込客数



カテゴリー分類	施設数	平成27年	平成28年	増減値
01自然（行祭事・イベント）	3	54,000	53,000	↓ -1,000
02歴史・文化	3	30,990	33,745	↑ 2,755
03温泉・健康	0	0	0	0
04スポーツ・レクリエーション	3	120,510	185,478	↑ 64,968
05都市型観光-買物・食-	1	42,743	48,899	↑ 6,156
06その他	2	98,437	93,865	↓ -4,572
合計	12	346,680	414,987	↑ 68,307

※出典：兵庫県観光客動態調査データ



●福崎町入込客数調査まとめ

- 【平成28年度年間入込客数】414,987人 前年度より68,307人増（+20%）
- 【月別入込客数】もっとも多い月は、5月の57,462人、もっとも少ない月は、2月の21,242人
- 【季節入込客数】
 - 春期(4-6月) 122,778人 夏期(7-9月) 113,758人
 - 秋期(10-12月) 108,855人 冬期(1-3月) 69,596人
- 年間入込客数は、前年の平成27年度より約7万人増加。月別には、最も来訪者数が多いのは5月で、最も来訪者が少ないのは2月。季節別に見ると、冬に来訪者が少ない傾向にある。目的カテゴリー別には、「04スポーツ・レクリエーション」の入込客数が最も多い。

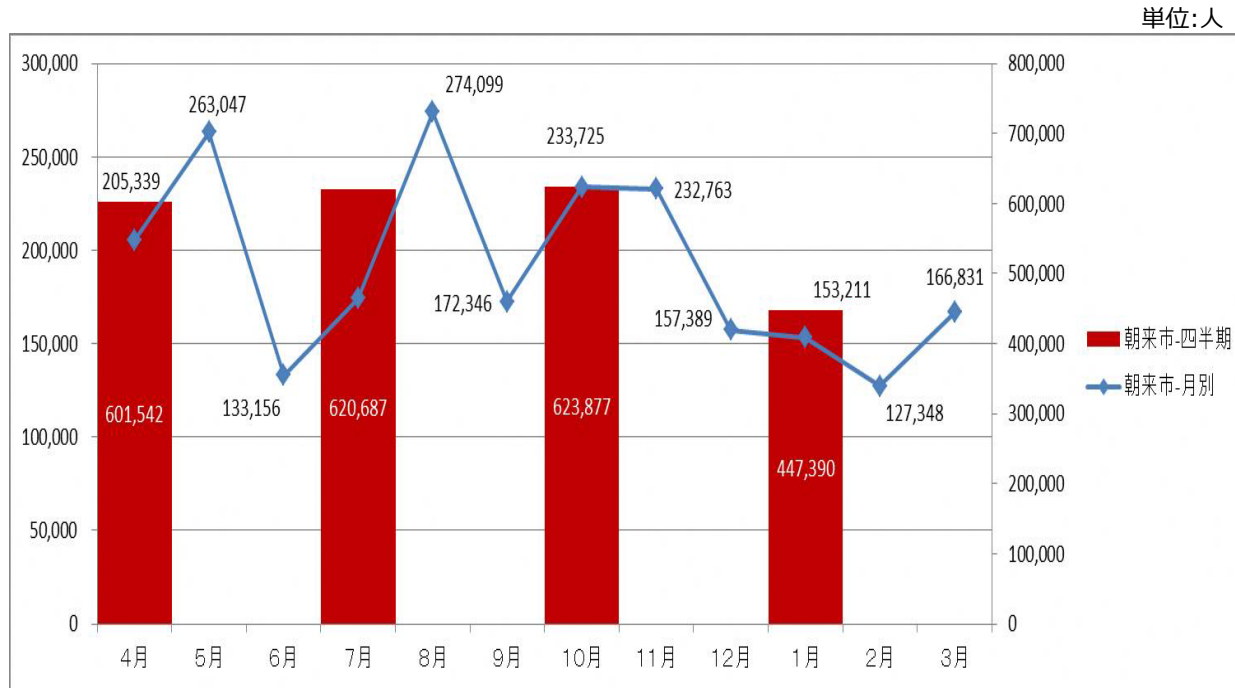
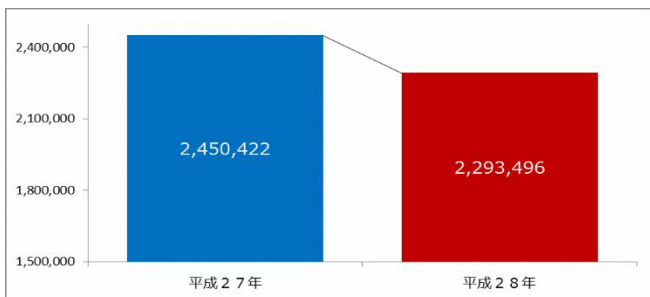
福崎町は平成26年度より飛躍的に観光客数が拡大しており、平成28年度も対前年+7万人弱という結果となっている。町内資源として柳田國男記念館、辻川山公園の河童の河太郎、河次郎、もちむぎの館等がスポットとして注目されてきている。

① 6市町への来訪者数調査：朝来市

6市町の月別-季節観光入込数 1-2

●朝来市入込客数

●年間入込客数



カテゴリー分類	施設数	平成27年	平成28年	増減値
01自然 (行祭事・イベント)	10	152,450	167,661	↑15,211
02歴史・文化	6	568,789	470,150	↓98,639
03温泉・健康	3	225,398	213,591	↓11,807
04スポーツ・レクリエーション	8	215,110	196,524	↓18,586
05都市型観光-買物・食-	0	0	0	0
06その他	4	1,288,675	1,245,570	↓43,105
合計	31	2,450,422	2,293,496	↓156,926

※出典：兵庫県観光客動態調査データ

●朝来市入込客数調査まとめ

【平成28年度年間入込客数】 2,293,496人 前年度より156,926人減 (-6%)

【月別入込客数】 もっとも多い月は、8月の274,099人、もっとも少ない月は、2月の127,348人

【季節入込客数】

春期(4-6月) 601,542人 夏期(7-9月) 620,687人

秋期(10-12月) 623,877人 冬期(1-3月) 447,390人

■ 年間入込客数は、前年の平成27年度より15万人程度減少。月別には、最も来訪者数が多いのは8月で、最も来訪者が少ないのは2月。季節別にみると、冬に来訪者が少ない傾向にある。目的カテゴリー別には、「06その他」の入込客数が最も多く、次いで、「02歴史・文化」の入込客数が多い。

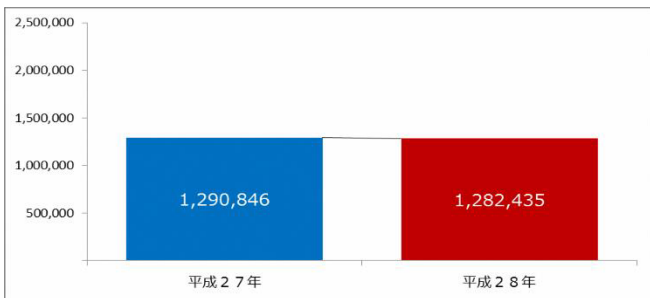
朝来市は平成25年に急上昇した竹田城跡ブームの沈静化による入込客数の減少が際立つ状態になっている。ただ、立雲峡のような自然景観や行催事のカテゴリーは増加傾向にあり、雲海に浮かぶ竹田城跡のような印象的なシーンなど、綺麗なものを見たい、撮影したいという需要は継続している。

① 6市町への来訪者数調査：養父市

6市町の月別-季節観光入込数 1-2

●養父市入込客数

●年間入込客数



カテゴリー分類	施設数	平成27年	平成28年	増減値
01自然（行祭事・イベント）	6	111,471	79,935	↓-31,536
02歴史・文化	1	44,000	43,000	↓-1,000
03温泉・健康	3	191,060	193,741	↑2,681
04スポーツ・レクリエーション	9	479,145	519,132	↑39,987
05都市型観光・買物・食-	0	0	0	0
06その他	3	465,170	446,627	↓-18,543
合計	22	1,290,846	1,282,435	↓-8,411

※出典：兵庫県観光客動態調査データ

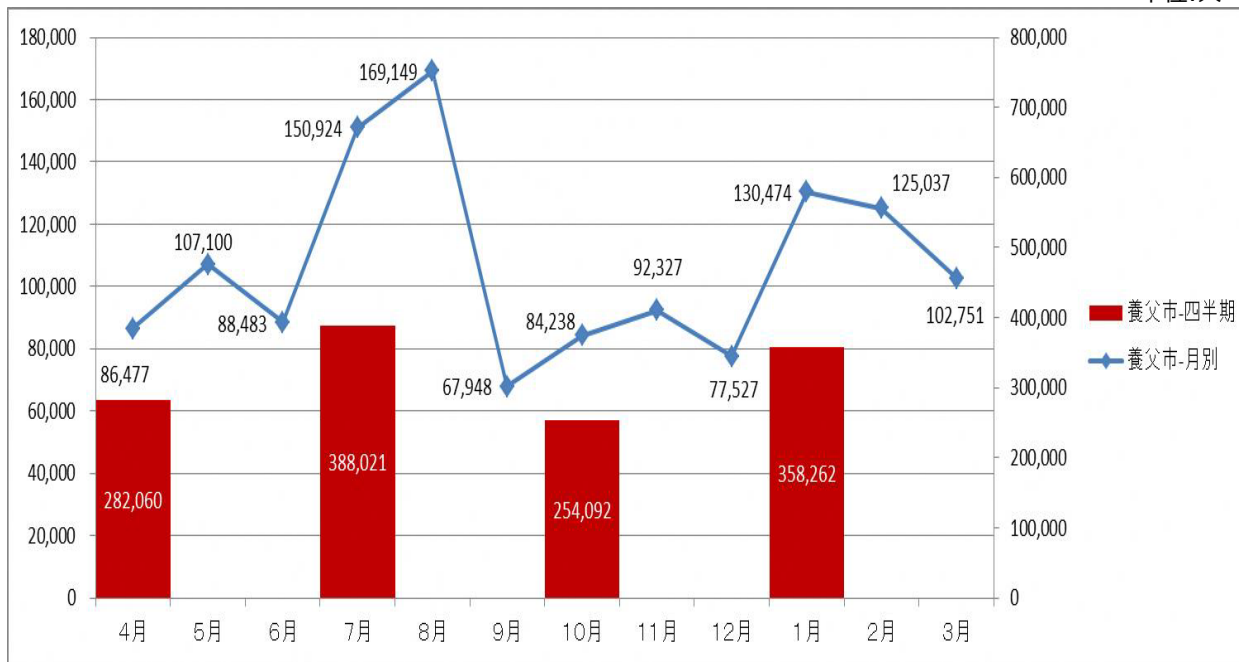
●養父市入込客数調査まとめ

【平成28年度年間入込客数】1,282,435人 前年度より8411人減（-0.7%）
 【月別入込客数】もっとも多い月は、8月の169,149人、もっとも少ない月は、9月の67,948人
 【季節入込客数】

春期(4-6月) 282,060人 夏期(7-9月) 388,021人
 秋期(10-12月) 254,092人 冬期(1-3月) 358,262人

■ 年間入込客数は、前年の平成27年度からほぼ横ばい。月別には、最も来訪者数が多いのは8月で、最も来訪者が少ないのは9月。季節別にみると、夏期と冬期の観光需要が多い。目的カテゴリー別には、「04スポーツ・レクリエーション」の入込客数が最も多い。

単位:人



養父市の入込数は微減でほぼ横ばいの結果となっている。スポーツ・レクリエーションのカテゴリーが向上しており、これは落差98mの天滝トレッキングのプロモーションが影響していると思われる。市名を逆手にとった広告展開や、温泉地としての紹介なども要因の一つと考えられる。

② 6市町および近隣市町の主要観光地の入込客数調査：主要観光地・施設について

(2) 6市町および近隣市町の主要観光地の入込客数調査

6市町及び他市町の主要観光地として、以下を抜粋※

【神戸地域】

市町名	観光地名
神戸市	王子動物園
神戸市	須磨海浜水族園
神戸市	北野工房のまち

【阪神南地域】

市町名	観光地名
西宮市	阪神甲子園球場
西宮市	西宮神社
西宮市	甲山森林公園

【阪神北地域】

市町名	観光地名
宝塚市	清荒神
宝塚市	中山寺
宝塚市	宝塚大劇場

【東播磨地域】

市町名	観光地名
明石市	明石公園
加古川市	日岡神社
高砂市	鹿嶋神社

【北播磨地域】

市町名	観光地名
三木市	三木市内ゴルフ場
三木市	三木総合防災公園
加東市	加東市内ゴルフ場

【中播磨地域】

市町名	観光地名
姫路市	姫路城
姫路市	姫路市立動物園
姫路市	武道館

【西播磨地域】

市町名	観光地名
赤穂市	赤穂海浜公園
赤穂市	赤穂温泉
たつの市	揖保乃糸資料館そうめんの里

【但馬北地域】

市町名	観光地名
豊岡市	城崎温泉
朝来市	竹田城跡
新温泉町	湯村温泉

【丹波地域】

市町名	観光地名
丹波市	道の駅丹波おばあちゃんの里
丹波市	丹波の森公苑
丹波市	丹波年輪の里

【淡路地域】

市町名	観光地名
淡路市	いざなぎ神宮
淡路市	淡路ハイウェイオアシス
淡路市	あわじ花さじき

※平成27年度兵庫県観光客動態調査より、各地域の入込客数上位3施設を“主要観光施設”と定義し、抜粋。

本提案書内で使用している画像・資料は、あくまで資料用素材として使用しており、関係各社・団体のWEBなどから借用しているものがあります。複製転載・外部への公開はご遠慮頂きます様お願い致します。

② 6市町および近隣市町の主要観光地の入込客数調査：主要観光地・施設の入込み客数

(2) 6市町および近隣市町の主要観光地の入込客数調査

● 主要観光地への入込客数（社寺参拝、イベント等を含む）

28年度上位10施設

（単位：千人）

順位	観光施設名	入込客数
1	阪神甲子園球場（西宮市）	4,173
2	明石公園（明石市）	2,311
3	姫路城（姫路市）	2,112
4	淡路ハイウェイアス（淡路市）	1,688
5	須磨海浜水族園（神戸市）	1,203
6	宝塚大劇場（宝塚市）	1,162
7	王子動物園（神戸市）	1,097
8	北野工房のまち（神戸市）	1,072
9	三木総合防災公園（三木市）	986
10	城崎温泉（豊岡市）	869

【参考】27年度上位10施設

（単位：千人）

順位	観光施設名	入込客数
1	阪神甲子園球場（西宮市）	4,158
2	姫路城（姫路市）	2,867
3	明石公園（明石市）	2,441
4	淡路ハイウェイアス（淡路市）	1,691
5	王子動物園（神戸市）	1,227
6	宝塚大劇場（宝塚市）	1,151
7	須磨海浜水族園（神戸市）	1,137
8	北野工房のまち（神戸市）	1,025
9	三木総合防災公園（三木市）	1,002
10	城崎温泉（豊岡市）	911

注：本データは、平成28年度の兵庫県観光動態調査（速報版）から抜粋したものです。本調査に基づく全体データの掲載に関しましては、所管の承諾確認後に掲載いたします。

観光客に対するニーズ・意識調査

【報告書の見方】

- ・集計結果はすべて、小数点第2位を四捨五入しており、比率の合計が100.0%にならないことがある。
- ・複数回答のパーセントについては、合計しても100%とはならない。
- ・セルに色が付いている場合、下記のことを示す。

全体と比較し
は+10%以上
は+5%以上10%未満
は-10%以上



調査概要

■ 調査概要

調査名称	観光客に対するニーズ・意識調査
調査目的	姫路城・竹田城跡・城崎温泉の観光訪問者のニーズを明らかにし、「銀の馬車道 鉱石の道」への観光誘致施策の検討材料となるような情報を取得する。
調査手法	調査員による面接聞き取り調査
調査地点	①姫路城 ②竹田城跡 ③城崎温泉
調査対象者	3地点の来場者
サンプル数	合計519サンプル（姫路城177サンプル、竹田城跡177サンプル、城崎温泉165サンプル）
調査期間	①2017年10月30日（月） ②2017年10月31日（火）・11月4日（土） ③2017年10月30日（月）

■ 対象者プロフィール

性別



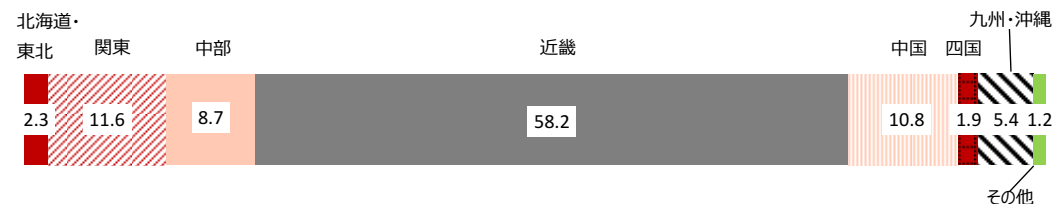
居住地



年齢



居住地詳細



播但地区観光の動向

- 播但地区への観光は、「夫婦で」や「友人と」など、少人数の旅行が多く、宿泊する割合も半数以上と高い。また、訪問が初めての人、リピーターは半々である。
- 播但地区までの主な交通手段は鉄道、車が多いが関西以外では貸切バスもみられる。
- 播但地区観光の特徴として、兵庫県外、県内及び播但地区内での回遊は見られず周遊観光の促進が課題と思われる。
- 播但地区は、男性からも女性からも選ばれており、訪問客の旅行に対して求めるものは、美味しいものを食べる、休養・癒し、風情・景観や歴史・文化財を楽しむことで観光の際の情報源はインターネット、ガイドブックなどである。
- 播但地区観光への再訪問意向は高いものとなっている。また、当地区の推奨度は-24.9ポイントであった。

日本遺産について

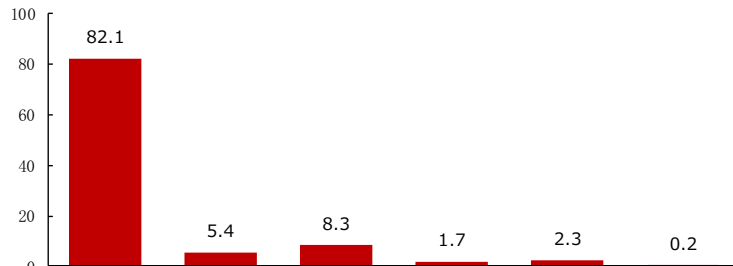
- 日本遺産という言葉の認知は4割程度、日本遺産であることがその地域への興味関心を引く“きっかけ”となる人は7割程度、「行ってみたいくなる」との人は4割弱と日本遺産という言葉の訴求力は高いものと思われる。

播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道について

- 日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の認知については、内容まで知っている人は約2割、言葉だけ聞いたことがある人は1割強であった。内容の認知については居住地や年代での偏りはみられないものの、竹田城跡の観光客では高い傾向にあった。また、日本遺産であると知ったことで“行きたくなる”と答えた人は7割弱にもなり非常に訴求力が高いものとなっている。
- 当日本遺産に興味を持った層は、男女問わず歴史やストーリー、文化遺産や産業に興味がある人で、逆に興味・関心がわからない人は、日本遺産のストーリー内容がわからない、歴史・ストーリーに興味がない、などであった。
- 調査地点である播但地区主要観光地からの周遊には、交通の利便性や旅行日程の余裕などが挙げられ、訪問の形態は「道」全体をたどるよりも1～2箇所の「スポット観光」を選ぶ傾向にある。
- 当日本遺産のPR方法については、「ここでしか味わえないご当地グルメ」、「ここでしか見られない美しい風景・景観」とオリジナリティを求められている。また、若い世代では「フォトジェニックスポット」も高い傾向にある。
当日本遺産の推奨度は-34.3であった。

今回の旅行に関して（基礎情報）

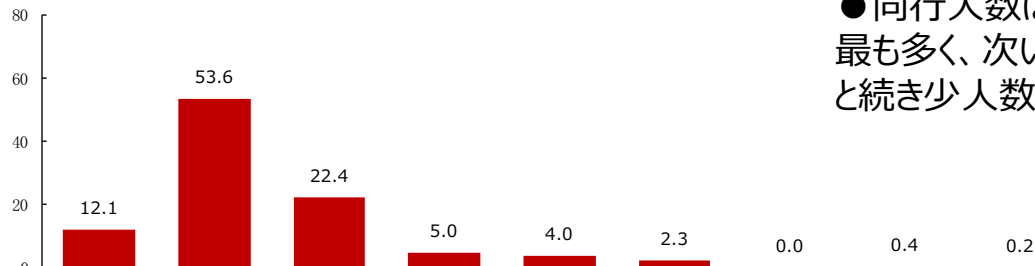
Q4. 旅行の種類(SA)



●旅行の種類は、「個人旅行（個人手配）」が82.1%で、8割以上を占める。

回答者数	個人旅行（個人手配）	個人旅行（パッケージ参加）	団体旅行	職場旅行	その他	無回答
519	82.1	5.4	8.3	1.7	2.3	0.2

Q5. 同行人数（本人含む）

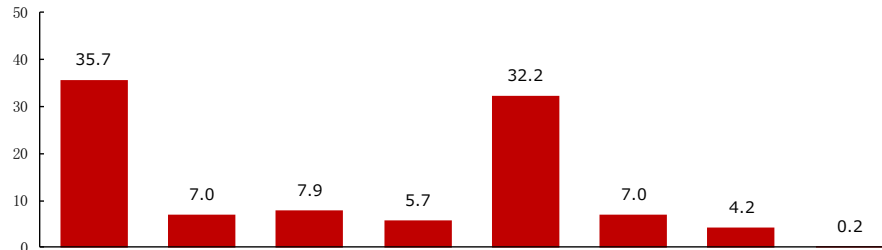


●同行人数は、本人を含めて「2人」と答えた人が53.6%で最も多く、次いで、「3～5人」(22.4%)、「1人」(12.1%)と続き少人数が多数を占める。

回答者数	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人以上	無回答
519	12.1	53.6	22.4	5.0	4.0	2.3	-	0.4	0.2

今回の旅行に関して（基礎情報）

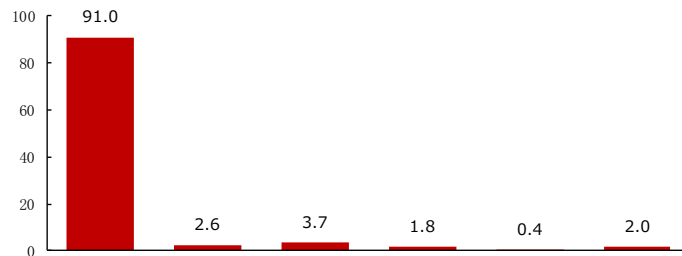
Q6. 旅行形態(SA)



回答者数	夫婦二人での旅行	恋人との旅行	親連れ家族旅行	子連れ家族旅行	友人との旅行	職場やサークル等の旅行	その他	無回答
456	35.7	7.0	7.9	5.7	32.2	7.0	4.2	0.2

●「夫婦二人での旅行」(35.7%)、「友人との旅行」(32.2%)の2つが回答者の主要な旅行形態となっている。

Q7. 同行者のうち、高校生以下の子どもの有無(MA)



回答者数	なし	小学生未満	小学生	中学生	高校生	無回答
456	91.0	2.6	3.7	1.8	0.4	2.0

●「高校生以下の子どもなし」が91.0%で、ほとんどの人が今回の旅行では高校生以下の子どもを同伴していない。

今回の旅行に関して（旅行日程・宿泊数）

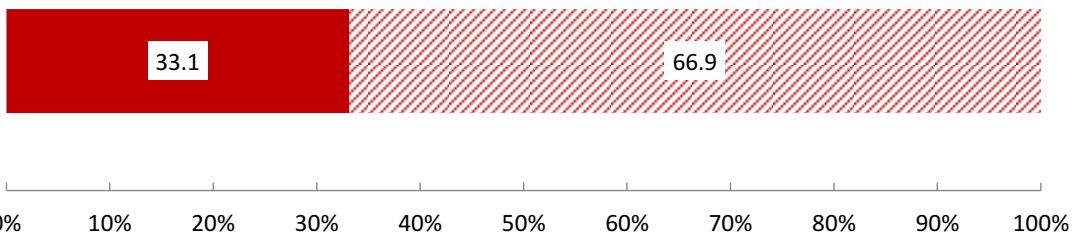
●旅行日程は、「宿泊あり」が66.9%で、7割近くを占める。宿泊数は、「1泊」が69.5%で最も高く、次いで「2泊」の割合が19.9%と続く。2泊までで全体の89.4%を占める。

・居住地別でみると、関西からの旅行者も「宿泊あり」が半数を占めるなど宿泊の割合は高くなっている。

Q8. 今回の旅行日程(SA)

日帰り

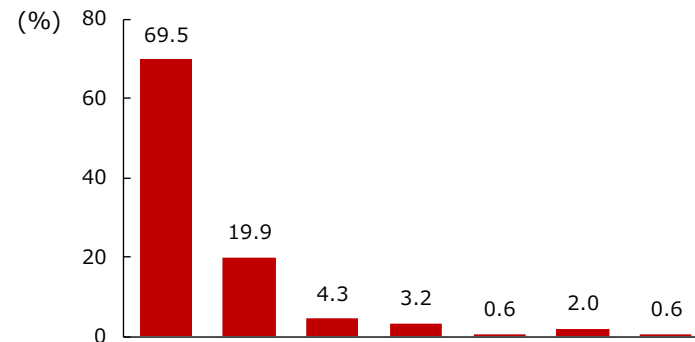
宿泊あり



		回答者数	日帰り	宿泊あり	無回答
全体		519	33.1	66.9	-
調査地点	姫路城	177	47.5	52.5	-
	竹田城跡	177	36.2	63.8	-
	城崎温泉	165	14.5	85.5	-
年代	20代~30代	129	36.4	63.6	-
	40代~50代	142	34.5	65.5	-
	60代以上	247	30.8	69.2	-
居住地	関西	302	48.3	51.7	-
	関西以外	217	12.0	88.0	-
	北海道・東北	12	-	100.0	-
	関東	60	3.3	96.7	-
	中部	45	13.3	86.7	-
	中国	56	23.2	76.8	-
	四国	10	40.0	60.0	-
	九州・沖縄	28	3.6	96.4	-
その他	6	-	100.0	-	

Q8. 今回の宿泊日数（宿泊ありの場合）

※Q8で宿泊ありと答えた方のみ聴取



		回答者数	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊以上	無回答
全体		347	69.5	19.9	4.3	3.2	0.6	2.0	0.6
調査地点	姫路城	93	46.2	29.0	10.8	7.5	1.1	4.3	1.1
	竹田城跡	113	68.1	21.2	3.5	3.5	0.9	2.7	-
	城崎温泉	141	85.8	12.8	0.7	-	-	-	0.7
年代	20代~30代	82	78.0	11.0	4.9	1.2	-	3.7	1.2
	40代~50代	93	72.0	14.0	7.5	4.3	2.2	-	-
	60代以上	171	64.3	26.9	2.3	3.5	-	2.3	0.6
居住地	関西	156	89.7	9.0	1.3	-	-	-	-
	関西以外	191	52.9	28.8	6.8	5.8	1.0	3.7	1.0
	北海道・東北	12	16.7	33.3	16.7	33.3	-	-	-
	関東	58	36.2	41.4	8.6	3.4	1.7	6.9	1.7
	中部	39	61.5	25.6	-	12.8	-	-	-
	中国	43	90.7	7.0	2.3	-	-	-	-
	四国	6	83.3	-	16.7	-	-	-	-
	九州・沖縄	27	29.6	48.1	14.8	-	-	7.4	-
その他	6	33.3	16.7	-	-	16.7	16.7	16.7	

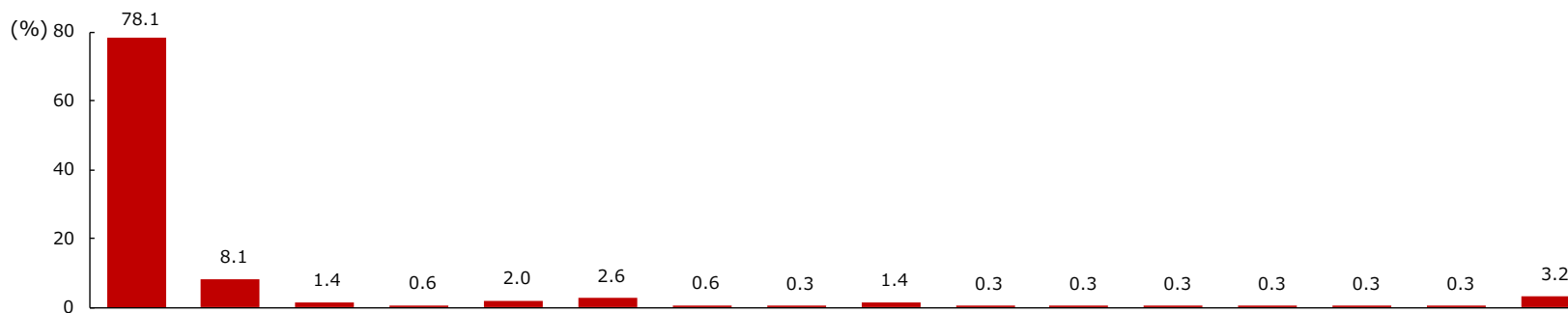
今回の旅行に関して：宿泊府県

●前日の宿泊地（県）は、「兵庫県」の割合が78.1%で、8割近くが兵庫県内に宿泊している。その他の府県では、「京都府」での宿泊の割合が8.1%で最も高い。

・<20代～30代>では「兵庫県」宿泊の割合が91.5%で、他の年代よりも高く、全体と比べても10ポイント以上高くなっている（+12.0%）。

周遊範囲＝観光目的地・宿泊地であることがよくわかる結果。わずかではあるが、京丹後や福知山等京都からの周遊促進の可能性もある。

Q8. 前日の宿泊地（県）(SA)
※Q8で宿泊ありと答えた方のみ聴取



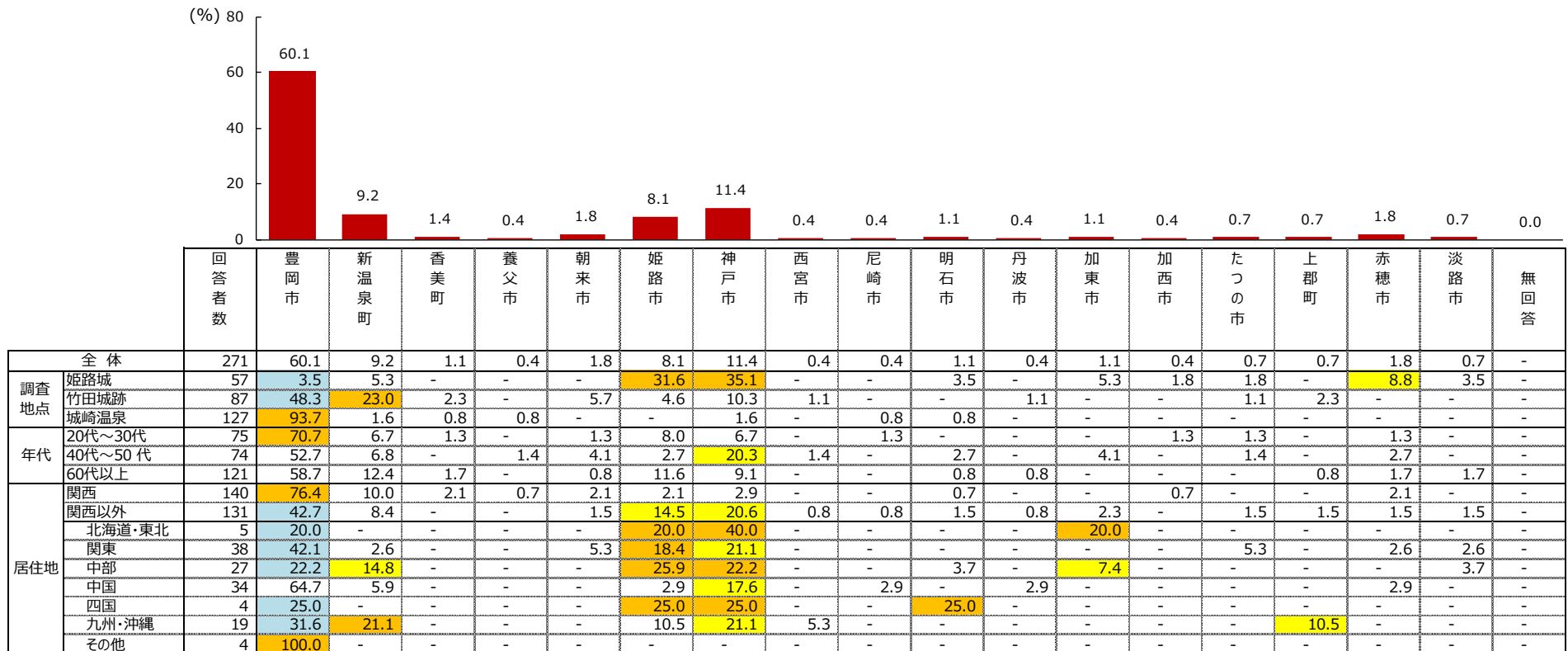
		回答者数	兵庫県	京都府	大阪府	滋賀県	鳥取県	岡山県	島根県	香川県	広島県	徳島県	愛媛県	福井県	三重県	福岡県	熊本県	無回答
全体		347	78.1	8.1	1.4	0.6	2.0	2.6	0.6	0.3	1.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	3.2
調査地点	姫路城	93	61.3	12.9	5.4	-	1.1	5.4	-	1.1	5.4	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
	竹田城跡	113	77.0	8.0	-	1.8	3.5	3.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	城崎温泉	141	90.1	5.0	-	-	1.4	-	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
年代	20代～30代	82	91.5	3.7	2.4	-	-	-	-	-	1.2	-	-	-	-	-	-	-
	40代～50代	93	79.6	7.5	-	-	2.2	3.2	2.2	-	1.1	1.1	1.1	-	-	1.1	-	-
	60代以上	171	70.8	10.5	1.8	1.2	2.9	3.5	-	0.6	1.8	-	-	0.6	0.6	-	0.6	-
居住地	関西	156	89.7	2.6	0.6	-	1.3	2.6	1.3	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-
	関西以外	191	68.6	12.6	2.1	1.0	2.6	2.6	-	-	2.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
	北海道・東北	12	41.7	25.0	-	-	-	8.3	-	-	-	-	8.3	8.3	-	-	-	8.3
	関東	58	65.5	13.8	1.7	3.4	3.4	1.7	-	-	3.4	1.7	-	-	1.7	-	-	-
	中部	39	69.2	7.7	-	-	2.6	2.6	-	-	5.1	-	-	-	-	2.6	-	-
	中国	43	79.1	11.6	2.3	-	4.7	2.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	四国	6	66.7	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	九州・沖縄	27	70.4	7.4	7.4	-	-	-	3.7	-	-	3.7	-	-	-	-	-	-
その他	6	66.7	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

今回の旅行に関して：宿泊都市（兵庫県内）

- 兵庫県に宿泊したと答えた方の宿泊都市は、「豊岡市」が最も多く、60.1%を占める。次いで「神戸市」11.4%、「新温泉町」9.2%、「姫路市」8.1%と続く。
- ・属性別にみると、＜姫路城来訪者＞では「神戸市」での宿泊が最も多く(35.1%)、次いで「姫路市」(31.6%)と続く。
- ・「姫路市」、「神戸市」への宿泊は、＜関西以外居住者＞で多い傾向にある。

兵庫県内での宿泊地としては、豊岡市＝城崎温泉が多数で、神戸市内、姫路市内と続く。城崎⇄6市町を結ぶ路線バスや特別バスの増便、定着化などアクセス面の向上とあわせたプロモーションが必要。

Q8. 前日の宿泊地（兵庫県都市）(SA)
※Q8で宿泊ありと答えた方のみ聴取

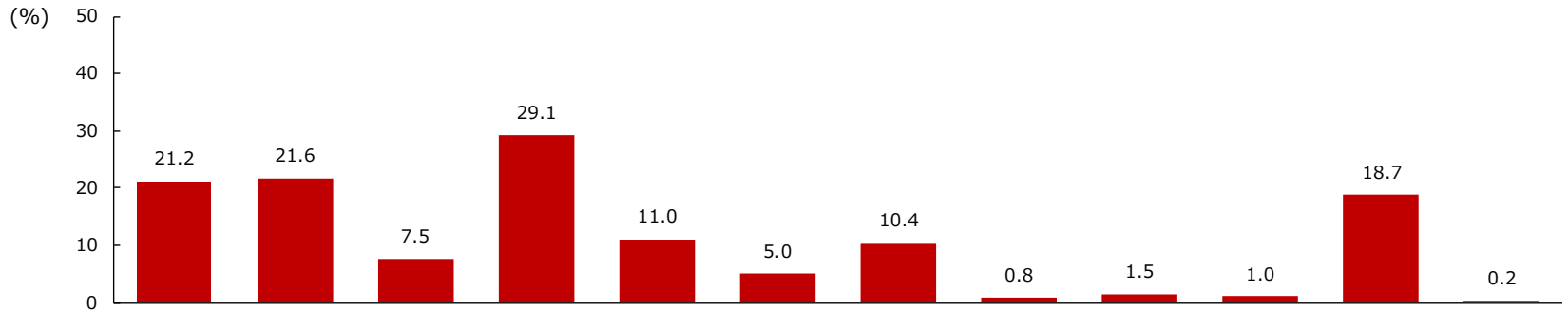


今回の旅行に関して：参考とした情報源

●旅行に際して参考にした情報源は、「インターネット(観光地・宿泊施設などのHP)」の割合が29.1%で最も高い。次いで、「ガイドブック・旅行雑誌」(21.2%)、「身近な人からの情報」(21.6%)も20%を超えている。

ここでは手段だけのコメントになりますが、年代による情報源の参照度を考慮した上で、告知展開する必要がある。同じ世代/地域の方でも、居住地の特性(都心/郊外)によってネット/テレビ等相反するメディアが効果を出すケースもある。

Q10. 今回の旅行に際して参考にした情報(MA)



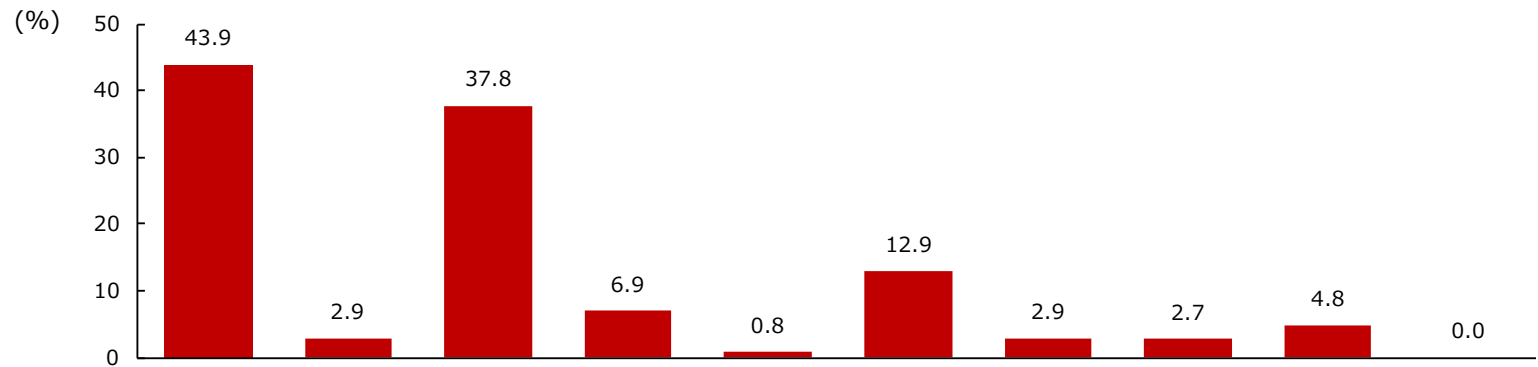
回答者数	旅行ガイドブック・旅行雑誌	身近な人からの情報	旅行会社の窓口・店頭パンフ	インターネット(観光地・宿泊施設)	旅行会社・ネット	インターネット(観光地・宿泊施設)	テレビ番組・CM	新聞広告・折込広告	公共交通機関のポスター・パンフ	サービス・エリア・パンフ等のポスター	その他	無回答	
全体	519	21.2	21.6	7.5	29.1	11.0	5.0	10.4	0.8	1.5	1.0	18.7	0.2
年代													
20代~30代	129	20.9	11.6	5.4	46.5	14.7	15.5	5.4	-	-	1.6	12.4	-
40代~50代	142	18.3	19.7	5.6	30.3	14.1	2.8	14.1	-	2.1	0.7	20.4	0.7
60代以上	247	23.1	27.9	9.7	19.4	7.3	0.8	10.9	1.6	2.0	0.8	20.6	-
居住地													
関西	302	14.9	24.2	5.6	28.5	10.6	7.0	9.9	0.7	1.7	1.0	22.8	-
関西以外	217	30.0	18.0	10.1	30.0	11.5	2.3	11.1	0.9	1.4	0.9	12.9	0.5
北海道・東北	12	50.0	33.3	8.3	25.0	25.0	-	-	-	8.3	-	-	-
関東	60	40.0	11.7	5.0	40.0	13.3	1.7	10.0	-	-	1.7	15.0	-
中部	45	20.0	22.2	2.2	31.1	8.9	4.4	17.8	-	2.2	2.2	11.1	-
中国	56	28.6	19.6	12.5	25.0	14.3	1.8	8.9	3.6	1.8	-	10.7	1.8
四国	10	20.0	20.0	20.0	20.0	-	-	10.0	-	-	-	30.0	-
九州・沖縄	28	28.6	14.3	25.0	14.3	3.6	3.6	14.3	-	-	-	17.9	-
その他	6	-	16.7	16.7	66.7	16.7	-	-	-	-	-	-	-

今回の旅行に関して：旅行全体を通して利用した交通手段

●旅行全体を通して利用した交通手段は、「自家用車」(43.9%)、「鉄道」(37.8%)と答えた人が多く、この2項目が主な利用交通手段となっている。

・属性別にみると、＜関西居住者＞の主な交通手段は「自家用車」(50.0%)で、＜関西以外居住者＞の主な交通手段は「鉄道」(39.2%)、「自家用車」(35.5%)、「貸切バス」(24.0%)となっている。＜関西以外居住者＞では、「貸切バス」(24.0%)の割合は、関西に居住している旅行者よりも20ポイント以上高い。

Q11. 今回の旅行全体を通して利用した交通手段をすべてお答えください(予定含む)(MA)

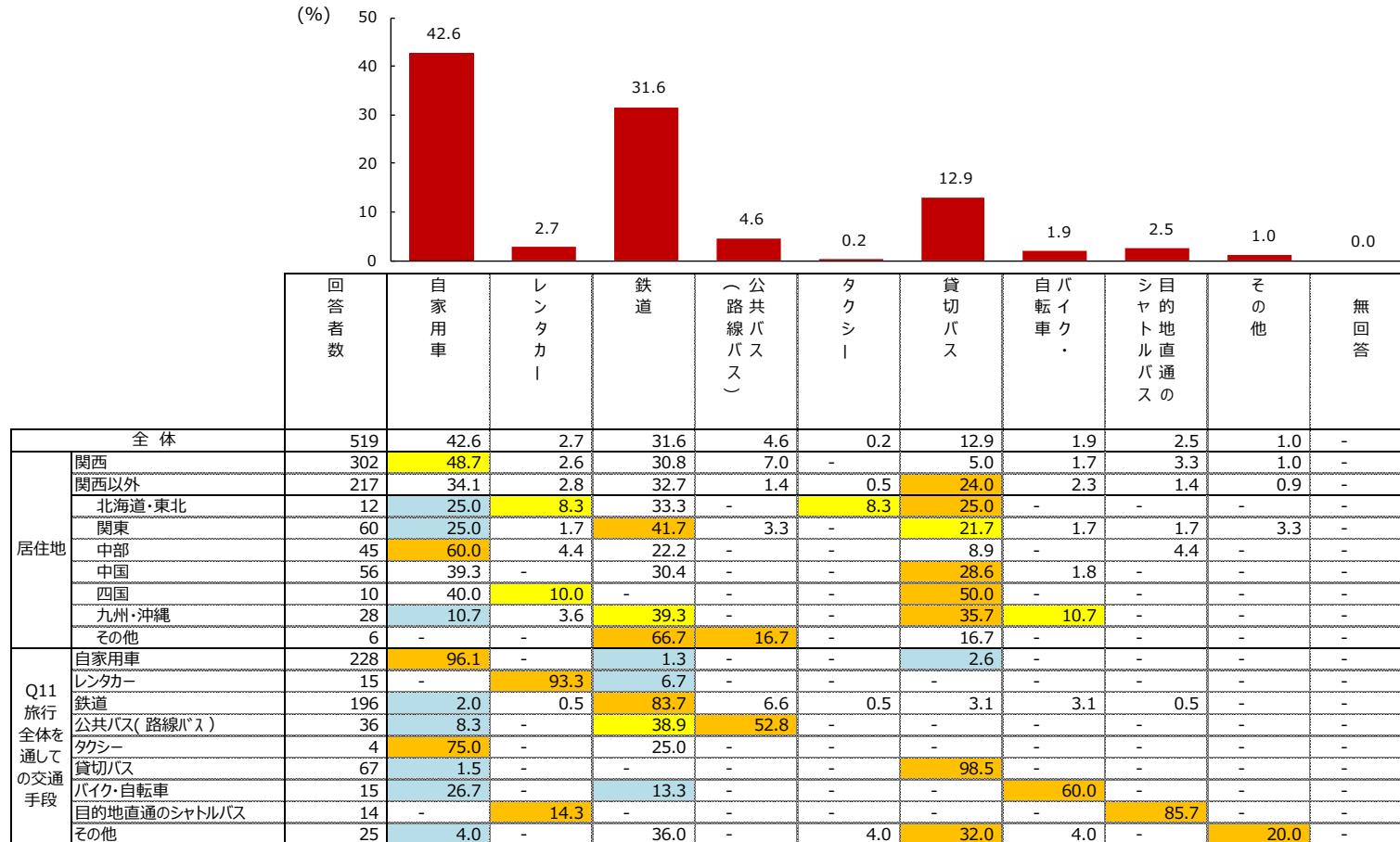


		回答者数	自家用車	レンタカー	鉄道	公共バス (路線バス)	タクシー	貸切バス	自転車	ショッピングカート ・ 目的地直通のバス	その他	無回答
全体		519	43.9	2.9	37.8	6.9	0.8	12.9	2.9	2.7	4.8	-
居住地	関西	302	50.0	2.6	36.8	8.3	0.7	5.0	3.3	3.0	1.7	-
	関西以外	217	35.5	3.2	39.2	5.1	0.9	24.0	2.3	2.3	9.2	-
	北海道・東北	12	25.0	8.3	41.7	8.3	-	25.0	-	-	50.0	-
	関東	60	28.3	3.3	48.3	8.3	-	23.3	1.7	1.7	13.3	-
	中部	45	60.0	4.4	22.2	4.4	-	8.9	-	8.9	4.4	-
	中国	56	39.3	-	35.7	3.6	3.6	28.6	1.8	-	-	-
	四国	10	40.0	10.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
	九州・沖縄	28	14.3	3.6	60.7	-	-	32.1	10.7	-	14.3	-
その他	6	-	-	66.7	16.7	-	16.7	-	-	-	-	

今回の旅行に関して：現在地に来るための直近の交通手段

- 現在地に来るための直近の交通手段は、Q11と同様に、「自家用車」(42.6%)、「鉄道」(31.6%) の割合が高い。
- ・ 属性別にも、Q11とほぼ同様の傾向が読み取れ、＜関西居住者＞では「自家用車」が多く、＜関西以外居住者＞では、「鉄道」、「自家用車」、「貸切バス」の割合が高い。

Q12. 現在地に来るための直近の交通手段 (SA)



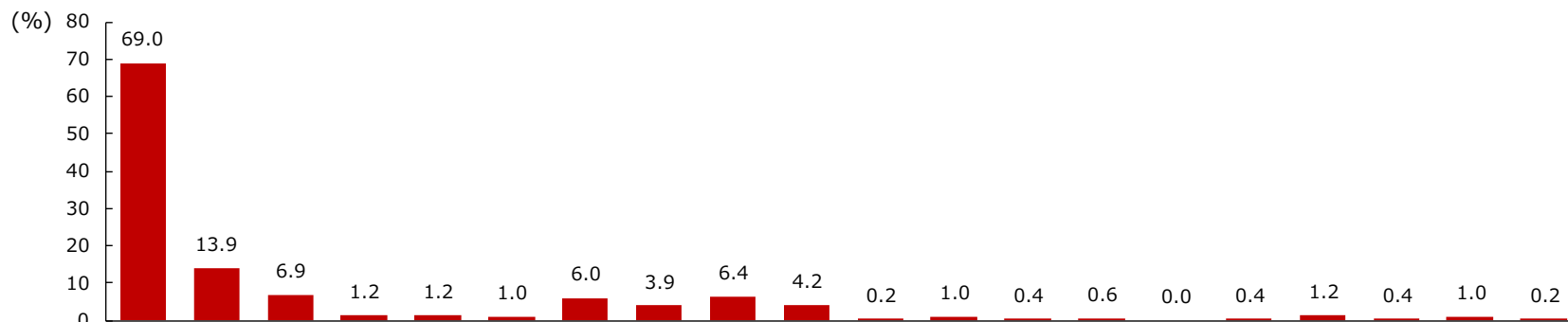
今回の旅行に関して：兵庫県外で訪問した地域

●今回の旅行では、「兵庫県のみ」の観光が69.0%で、7割近くの人が兵庫県のみの観光となっている。県外への訪問者の割合は、「京都府」が最も高い。(13.9%)

・<関東在住者> や<九州・沖縄在住者> では、京都・大阪に加えて、中国地方の各県への回遊も見られる。

宿泊地調査回答と同じく、こちらでも観光目的地からそれ以外のエリアを回る傾向が全般的に低いことがうかがえる。但し関西圏以外、遠方からの観光客に関しては近隣エリアへの訪問も見受けられる。

Q13. 今回の旅行で、兵庫県以外の都道府県にも訪問しましたか(予定含む)(MA)



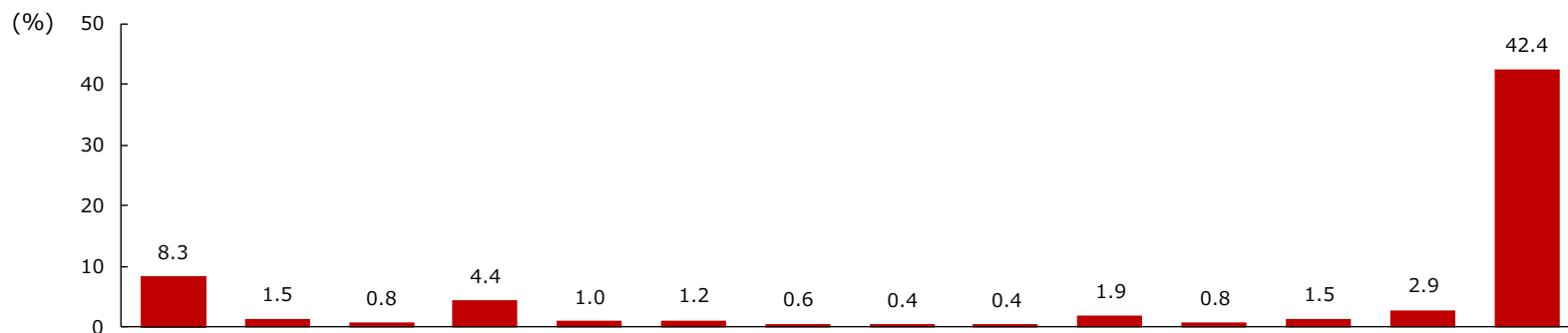
		回答者数	兵庫県のみ	京都府	大阪府	奈良県	滋賀県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	中部地方	関東地方	北海道	九州・沖縄	無回答	
全体		519	69.0	13.9	6.9	1.2	1.2	1.0	6.0	3.9	6.4	4.2	0.2	1.0	0.4	0.6	-	0.4	1.2	0.4	1.0	0.2	
居住地	関西	302	87.1	5.0	2.6	0.7	0.3	1.3	3.3	1.7	2.6	0.7	-	0.3	0.3	-	-	-	0.3	-	-	0.3	
	関西以外	217	43.8	26.3	12.9	1.8	2.3	0.5	9.7	6.9	11.5	9.2	0.5	1.8	0.5	1.4	-	0.9	2.3	0.9	2.3	-	
	北海道・東北	12	8.3	50.0	25.0	-	-	-	-	-	8.3	16.7	-	-	8.3	8.3	-	8.3	8.3	-	8.3	-	-
	関東	60	30.0	36.7	13.3	1.7	3.3	1.7	15.0	13.3	13.3	13.3	1.7	3.3	-	1.7	-	1.7	-	-	-	1.7	-
	中部	45	57.8	11.1	6.7	4.4	2.2	-	8.9	6.7	15.6	13.3	-	-	-	-	-	-	2.2	-	-	4.4	-
	中国	56	66.1	19.6	8.9	-	-	-	7.1	1.8	7.1	1.8	-	1.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	四国	10	50.0	20.0	10.0	-	10.0	-	-	-	10.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	九州・沖縄	28	25.0	25.0	17.9	-	3.6	-	14.3	10.7	14.3	10.7	-	3.6	-	3.6	-	-	3.6	3.6	3.6	3.6	-
その他	6	16.7	66.7	50.0	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	16.7	-	-	-	

今回の旅行に関して：兵庫県内で訪問した地域（中播磨・但馬地域以外）

●今回の旅行では、「当観光地のみ」の観光の人が42.4%で最も多い。中播磨・但馬地域以外の兵庫県内の訪問地域については、「神戸市市街地」を訪問した人の割合が8.3%で最も高いものの、10%以下となっており、全体的に、兵庫県内での回遊はあまり見られない傾向にある。

・属性別には、＜関西以外居住者＞では、14.3%が「神戸」に訪問している。

Q14. 今回の旅行において、兵庫県内で訪問した観光地やエリアをお答えください（予定含む）(MA)



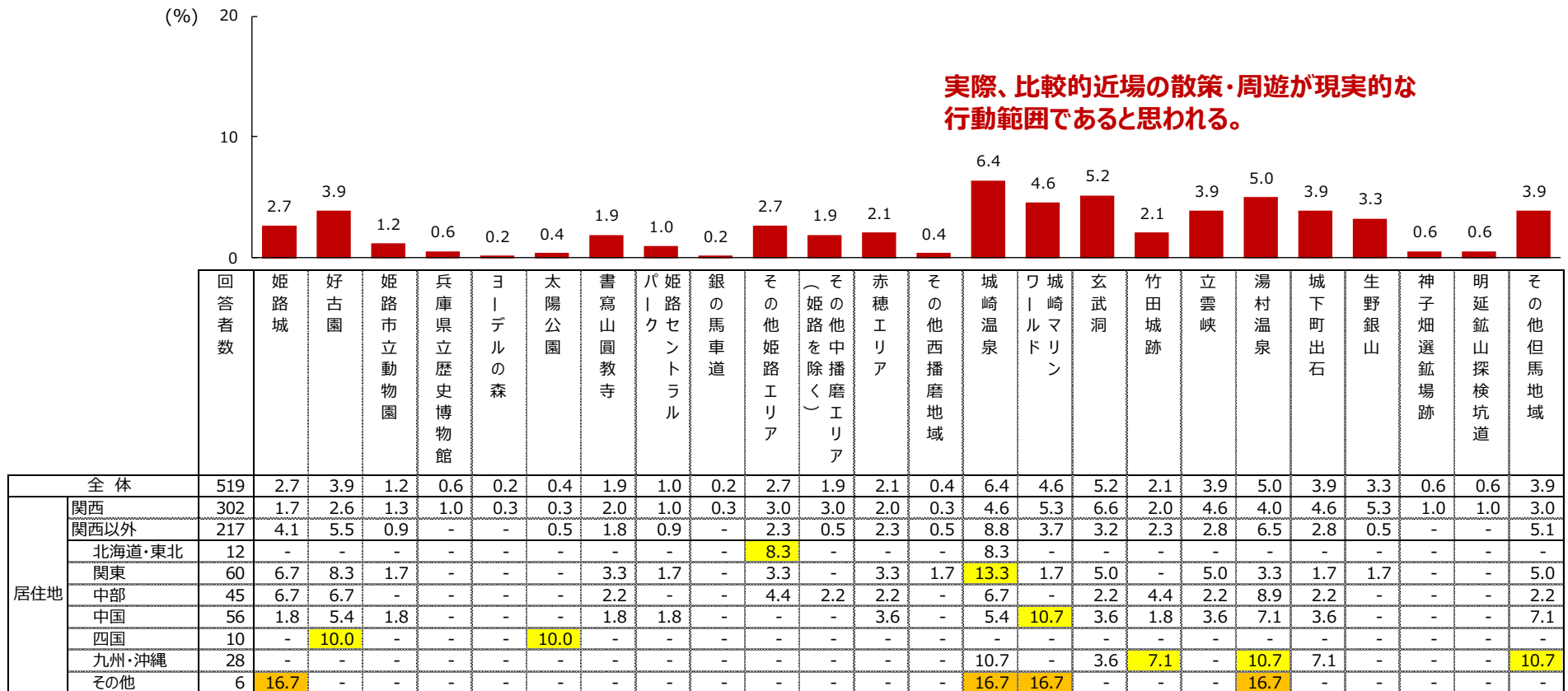
		回答者数	神戸市市街地	六甲エリア	須磨エリア	有馬エリア	その他神戸エリア	芦屋・西宮エリア	尼崎エリア	宝塚エリア	その他阪神エリア	明石エリア	その他東播磨エリア	淡路島エリア	上記以外のエリア・丹波地域など	当観光地のみ
全体		519	8.3	1.5	0.8	4.4	1.0	1.2	0.6	0.4	0.4	1.9	0.8	1.5	2.9	42.4
居住地	関西	302	4.0	1.3	1.3	2.3	0.7	0.7	0.3	-	0.3	3.0	1.3	0.3	2.0	47.0
	関西以外	217	14.3	1.8	-	7.4	1.4	1.8	0.9	0.9	0.5	0.5	-	3.2	4.1	35.9
	北海道・東北	12	16.7	8.3	-	-	-	8.3	-	8.3	-	-	-	8.3	8.3	50.0
	関東	60	20.0	1.7	-	8.3	1.7	1.7	-	-	-	-	-	5.0	8.3	33.3
	中部	45	13.3	2.2	-	8.9	2.2	-	2.2	2.2	-	-	-	4.4	2.2	28.9
	中国	56	14.3	-	-	5.4	1.8	-	1.8	-	1.8	-	-	1.8	1.8	33.9
	四国	10	-	-	-	30.0	-	-	-	-	-	10.0	-	-	-	50.0
	九州・沖縄	28	7.1	3.6	-	3.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46.4
	その他	6	16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16.7	33.3

今回の旅行に関して：兵庫県内で訪問した地域（中播磨・但馬地域）

●中播磨・但馬地域での訪問地域は、「城崎温泉」の訪問割合が最も高いものの、6.4%程度であり、調査地点周辺である中播磨・但馬地域でも、あまり回遊は見られない。

・属性別には、全体と比較して、＜関東在住者＞では「城崎温泉」訪問率がやや高く(+4.9)、＜中国在住者＞では、「城崎マリンワールド」の訪問率がやや高い(+6.1)。また、＜九州・沖縄在住者＞では、「竹田城跡」(+5.0)、「湯村温泉」(+5.7)の訪問率が、全体に比べやや高かった。

Q14. 今回の旅行において、兵庫県内で訪問した観光地やエリアをお答えください（予定含む）(MA)

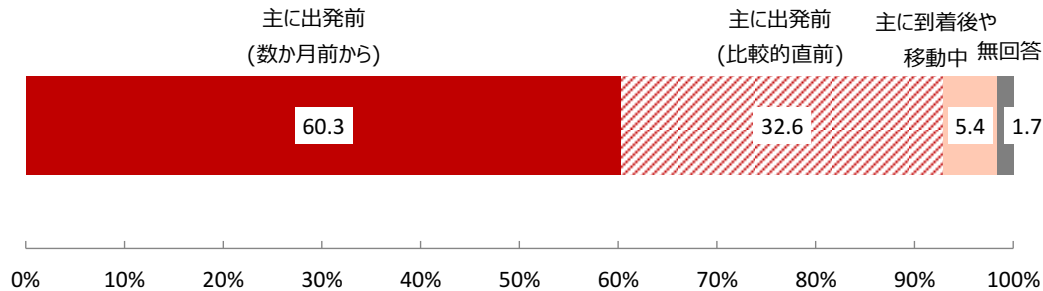


今回の旅行に関して：主要訪問場所決定時期

● 今回の旅行での主要な訪問場所の決定時期は、「主に出発前（数か月前から）」と答えた人が60.3%で最も多く、「主に出発前（比較的直前）」の割合(32.6%)と合わせて、92.9%が出発前に訪問場所を決定している。

・属性別には、<40代～50代>、<60代以上>では、「主に出発前（数か月前から）」の割合が高い。<20代～30代>では、「主に出発前（数か月前から）」の割合が最も高いものの、他年代と比較すると、10ポイント以上低くなっている。

Q15. 今回の旅行において、立ち寄り場所も含めて、全ての訪問場所を決定した主な時期はいつでしたか。(SA)



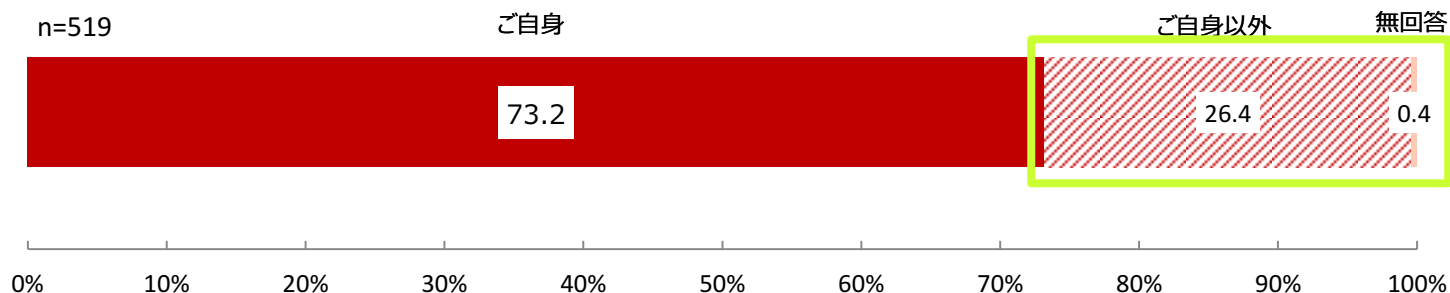
姫路城は知名度と駅前からのアクセスも考えると、当初は予定していなかった「ついで寄り」が誘発しやすい。まだまだ日本人の場合は事前に旅行計画を立てた上で、訪問する割合が多いと思われるため、マスメディアによる広域発信の他、SA・PAなどマイカー利用者が集まる場所での長期的・継続的な情報発信が重要。

		回答者数	主に出発前 （数か月前から）	主に出発前 （比較的直前）	主に到着後や 移動中	無回答
全体		519	60.3	32.6	5.4	1.7
調査地点	姫路城	177	57.6	30.5	11.9	-
	竹田城跡	177	60.5	35.6	1.1	2.8
	城崎	165	63.0	31.5	3.0	2.4
性別	男性	264	57.6	33.7	7.6	1.1
	女性	255	63.1	31.4	3.1	2.4
年代	20代～30代	129	48.8	42.6	7.8	0.8
	40代～50代	142	61.3	36.6	2.1	-
	60代以上	247	65.6	25.1	6.1	3.2
居住地	関西	302	49.3	40.1	8.9	1.7
	関西以外	217	75.6	22.1	0.5	1.8
	北海道・東北	12	100.0	-	-	-
	関東	60	78.3	16.7	1.7	3.3
	中部	45	64.4	33.3	-	2.2
	中国	56	76.8	23.2	-	-
	四国	10	90.0	10.0	-	-
	九州・沖縄	28	64.3	32.1	-	3.6
	その他	6	100.0	-	-	-
Q10 情報 媒体	ガイドブック・旅行雑誌	110	68.2	24.5	4.5	2.7
	身近な人からの情報	112	62.5	28.6	8.0	0.9
	旅行会社の窓口・店頭パンフ	39	74.4	20.5	2.6	2.6
	インターネット（観光地・宿泊施設等のHP）	151	58.3	36.4	4.6	0.7
	インターネット（旅行会社・旅関連ポータルサイト等）	57	68.4	26.3	1.8	3.5
	SNS・ブログ等の情報	26	34.6	50.0	15.4	-
	テレビ番組・CM	54	55.6	38.9	5.6	-
	新聞広告・折込広告	4	25.0	75.0	-	-
	公共交通機関のポスター・パンフ	8	25.0	75.0	-	-
	サービスエリア等のポスター・パンフ	5	40.0	60.0	-	-
その他	97	54.6	33.0	9.3	3.1	

今回の旅行に関して：訪問場所の決定者

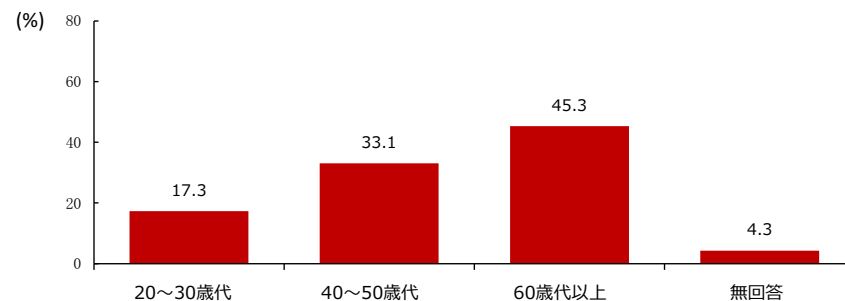
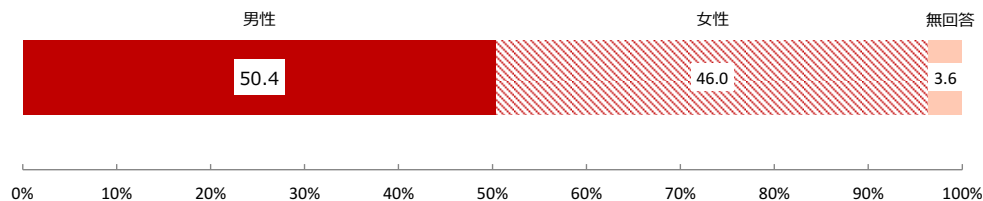
● 今回の旅行の訪問場所決定に際して決定権を持っていたのは、「自身」が73.2%、「自身以外」が26.4%で、「自身」の方が多い。「自身以外」の場合、決定者の性別は「男性」が50.4%、「女性」が46.0%でやや男性が多く、年齢は、「60代以上」が45.3%で最も多い。

Q16. 今回の旅行で、訪問場所を決定する際、主にどなたが決定権をお持ちでしたか。



Q16. ご自身以外が決定者の場合、その方の性別と年代をお答えください。(SA)

n=139

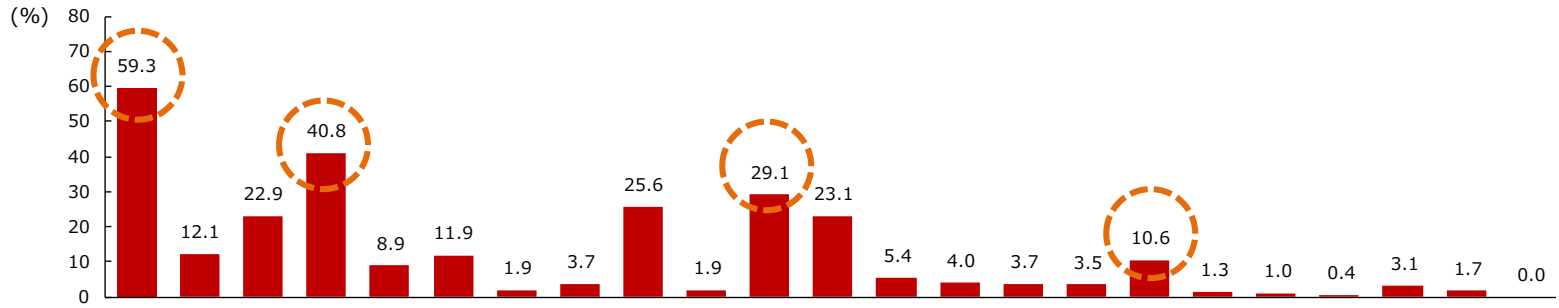


今回の旅行に関して：『旅』に求めるもの

●『旅』に求めるものについてお聞きしたところ、「美味しいものを食べる」の割合が59.3%で最も高く、次いで「休養・癒し」(40.8%)が続いており、“食”や“休養”を主な『旅』の目的としている人が多い。

・属性別には、<40代～50代>と<60代以上>間では、『旅』に求めるものについて、各項目の割合にあまり差は見られなかった。<20代～30代>では、「写真を撮る」の割合が他年代より10ポイント以上高かったり、「有名観光地を訪れる」の割合が他年代より10ポイント以上低かったりと、他年代に比べ、異なる傾向がみられる。

Q17. 今回の旅行に限らず、あなたが『旅』に求めるものは何ですか。(MA)



回答者数	食 美味 しい もの を 吃 ぶ	非 日 常 を 味 わ う	自 然 に 触 れ る	休 養 ・ 癒 し	感 動 を 得 る	同 行 者 と の 親 睦	地 域 住 民 と の 親 睦	触 れ る 未 知 の も の に	訪 れ る 有 名 観 光 地 を	訪 れ る 話 題 ・ ト レ ン ド 所 を	楽 し む 風 情 ・ 景 観 を	触 れ る 歴 史 ・ 文 化 財 に	知 識 ・ 教 養 を 深 め る	趣 味 を 楽 し む	贅 沢 を す る	健 康 増 進 を 図 る	写 真 を 撮 る	ア ー ト に 触 れ る	都 会 を 楽 し む	流 行 の 最 先 端 に	楽 し む シ ョ ッ ピ ン グ を	そ の 他	無 回 答		
全体	519	59.3	12.1	22.9	40.8	8.9	11.9	1.9	3.7	25.6	1.9	29.1	23.1	5.4	4.0	3.7	3.5	10.6	1.3	1.0	0.4	3.1	1.7	-	
性別	男性	264	52.7	14.0	20.8	38.3	7.2	9.8	2.7	3.8	24.2	1.9	29.5	26.5	6.1	4.9	3.8	6.1	12.1	1.9	1.5	0.8	1.1	1.5	-
	女性	255	66.3	10.2	25.1	43.5	10.6	14.1	1.2	3.5	27.1	2.0	28.6	19.6	4.7	3.1	3.5	0.8	9.0	0.8	0.4	-	5.1	2.0	-
年代	20代～30代	129	68.2	21.7	18.6	49.6	7.8	18.6	2.3	6.2	15.5	3.9	29.5	19.4	6.2	6.2	7.8	2.3	21.7	1.6	2.3	0.8	4.7	0.8	-
	40代-50代	142	64.1	9.9	22.5	38.7	11.3	11.3	2.8	4.2	27.5	1.4	33.8	25.4	5.6	2.8	4.2	2.1	6.3	0.7	0.7	0.7	2.1	2.8	-
	60代以上	247	52.2	8.5	25.1	37.7	8.1	8.9	1.2	2.0	30.0	1.2	26.3	23.9	4.9	3.6	1.2	4.9	7.3	1.6	0.4	-	2.8	1.6	-
居住地	関西	302	58.9	12.3	23.2	46.4	7.0	14.2	1.3	4.3	19.9	3.3	30.1	20.2	6.3	4.6	4.3	11.9	1.3	1.3	0.7	4.3	2.3	-	
	関西以外	217	59.9	12.0	22.6	33.2	11.5	8.8	2.8	2.8	33.6	-	27.6	27.2	4.1	3.2	2.8	2.3	8.8	1.4	0.5	-	1.4	0.9	-
	北海道・東北	12	83.3	-	16.7	16.7	41.7	-	-	8.3	66.7	-	25.0	50.0	16.7	-	8.3	8.3	16.7	-	8.3	-	-	-	-
	関東	60	58.3	10.0	26.7	35.0	8.3	11.7	-	-	33.3	-	35.0	30.0	1.7	1.7	1.7	1.7	11.7	3.3	-	-	3.3	-	-
	中部	45	62.2	15.6	22.2	28.9	2.2	4.4	2.2	6.7	33.3	-	33.3	31.1	2.2	6.7	2.2	2.2	11.1	2.2	-	-	-	2.2	-
	中国	56	62.5	17.9	16.1	32.1	12.5	10.7	-	-	33.9	-	16.1	16.1	5.4	1.8	3.6	3.6	3.6	-	-	-	-	-	-
	四国	10	30.0	-	20.0	50.0	20.0	-	-	-	30.0	-	10.0	40.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	九州・沖縄	28	50.0	10.7	25.0	39.3	14.3	14.3	3.6	-	25.0	-	28.6	21.4	3.6	7.1	3.6	-	7.1	-	-	-	3.6	3.6	-
その他	6	83.3	-	50.0	33.3	16.7	-	66.7	33.3	16.7	-	50.0	33.3	16.7	-	-	-	16.7	-	-	-	-	-	-	

今回の旅行に関して：当観光地の推奨度

●当観光地の推奨度を11段階でお聞きしたところ、「9(推奨者)」と答えた人が23.3%で最も多く、次いで「7(中立者)」19.3%、「4(批判者)」16.4%、「6(批判者)」16.0%と続く。

・属性別には、目立って大きな差は見られなかった。

●当観光地の観光NPSは-24.9であった。

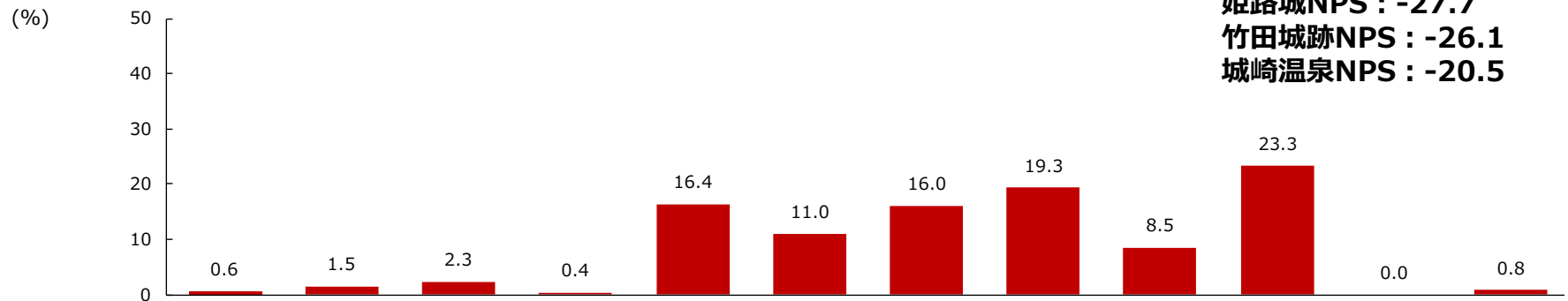
各調査地点ごとにみていくと、「姫路城」が-27.7、「竹田城跡」が-26.1、「城崎温泉」が-20.5で3地点の中では、「城崎温泉」の推奨度が最も高い。

※ネットプロモータースコア(NPS)とは、推奨度を点数化し、対象者を「批判者」「中立者」「推奨者」に分け、推奨者比率から批判者比率を引いた推奨者正味比率のことであり、顧客ロイヤルティを測るための指標のひとつ。



姫路城NPS：-27.7
竹田城跡NPS：-26.1
城崎温泉NPS：-20.5

Q18. あなたは、当観光地への旅行を友人・知人に勧める可能性はどのくらいありますか。(SA)



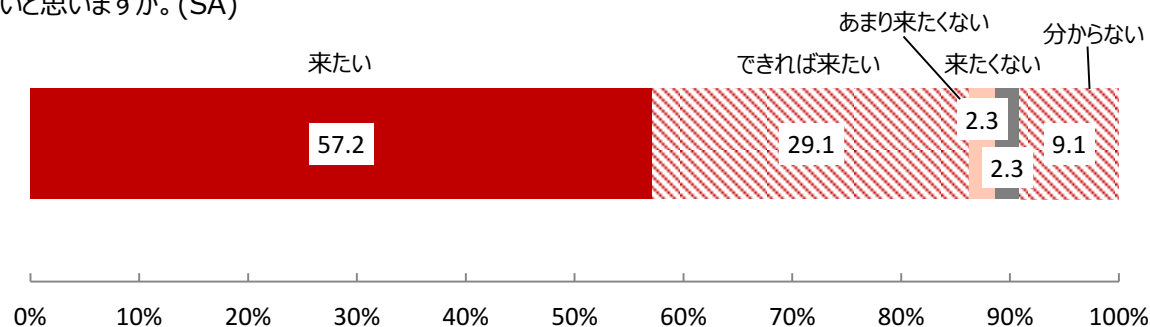
	回答者数	批判者					中立者		推奨者		無回答		
		0	1	2	3	4	5	6	7	8		9	10
全体	519	0.6	1.5	2.3	0.4	16.4	11.0	16.0	19.3	8.5	23.3	-	0.8
調査地点	姫路城	0.6	2.8	3.4	0.6	12.4	10.7	15.3	22.0	13.6	18.1	-	0.6
	竹田城跡	1.1	0.6	1.1	0.6	23.2	10.2	18.1	11.3	5.1	28.8	-	-
	城崎温泉	-	1.2	2.4	-	13.3	12.1	14.5	24.8	6.7	23.0	-	1.8
性別	男性	0.8	2.3	2.3	0.4	18.9	11.0	14.8	17.0	8.0	23.1	-	1.5
	女性	0.4	0.8	2.4	0.4	13.7	11.0	17.3	21.6	9.0	23.5	-	-
年代	20代~30代	1.6	-	3.1	0.8	17.8	13.2	16.3	17.8	7.0	21.7	-	0.8
	40代-50代	0.7	0.7	2.1	-	15.5	9.2	16.2	23.9	7.7	23.9	-	-
	60代以上	-	2.8	2.0	0.4	15.8	10.9	15.8	17.4	9.7	23.9	-	1.2

今回の旅行に関して：当観光地への再来訪意向

●当観光地への再来訪について、「来たい」と答えた人が57.2%、「できれば来たい」と答えた人が29.1%で、86.3%の人が“また来たい”と回答した。

・属性別では、＜城崎温泉来訪者＞で、「来たい」と答えた人の割合(76.4%)が、他調査地点に比べ高く、全体と比較しても10ポイント以上高い。

Q19. 当観光地にまた来たいと思いますか。(SA)



		回答者数	来たい	できれば来たい	あまり来たくない	来たくない	分からない	無回答
全体		519	57.2	29.1	2.3	2.3	9.1	-
調査地点	姫路城	177	47.5	41.8	2.8	1.1	6.8	-
	竹田城跡	177	49.2	28.2	3.4	5.1	14.1	-
	城崎温泉	165	76.4	16.4	0.6	0.6	6.1	-
Q18 推奨度	批判者	167	38.3	34.1	3.6	5.4	18.6	-
	中立者	183	54.6	38.8	1.1	0.5	4.9	-
	推奨者	165	79.4	13.3	2.4	0.6	4.2	-

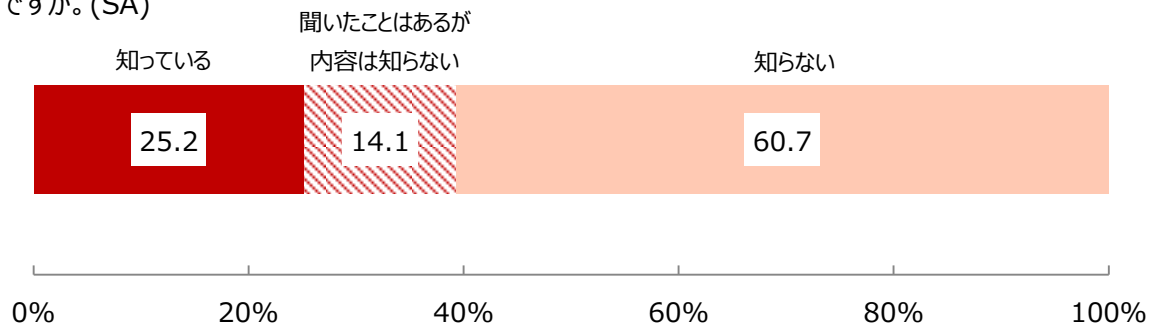
日本遺産について：日本遺産の認知度

●日本遺産を「知っている」と答えた人が25.2%、「聞いたことがあるが内容は知らない」が14.1%で、39.1%の人が、日本遺産という言葉を知ったことがあると回答した。

・属性別には<男性>の方が、「知っている」と答えた人の割合が高い(男性：30.7%、女性：19.6%)。また、年代が上がるほど、「知っている」の割合が増加している。

「日本遺産」自体の認知度は総じてまだ低い傾向にある。

Q20. 『日本遺産』をご存じですか。(SA)



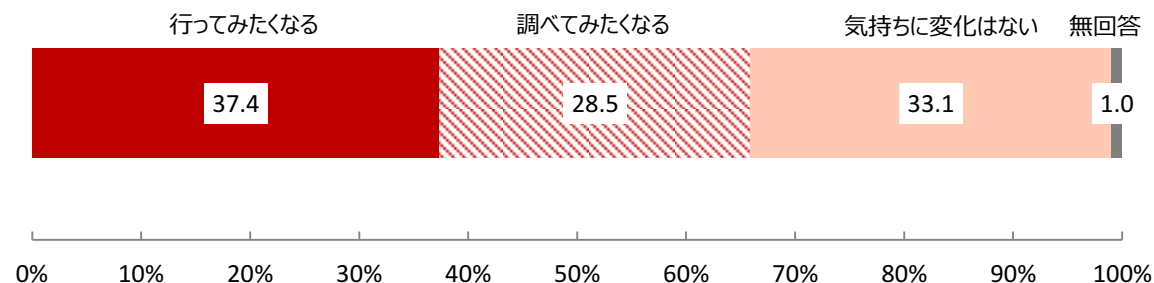
		回答者数	知っている	聞いたことがあるが内容は知らない	知らない	無回答
全体		519	25.2	14.1	60.7	-
性別	男性	264	30.7	11.4	58.0	-
	女性	255	19.6	16.9	63.5	-
年代	20代～30代	129	20.9	12.4	66.7	-
	40代～50代	142	24.6	13.4	62.0	-
	60代以上	247	27.5	15.4	57.1	-

日本遺産について：日本遺産に認定されていることが分かった場合の、その地域への興味・関心の変化

- 日本遺産に認定されていることが分かった場合、「行ってみたいくなる」と答えた人は37.4%、「調べてみたいくなる」と答えた人は28.5%で、65.9%の人が、日本遺産に認定されていることを知った場合、興味・関心が増すと回答した。
- ・属性別には、男女間で各項目にあまり割合の差はみられなかった。年代でみると、「行ってみたいくなる」の割合は、年代が上がるほど増加し、<20代～30代>と<60代以上>では、10ポイント以上の差がみられる。

「日本遺産」の認知が広まれば、旅行目的として高いポテンシャルを持つことがうかがえる。

Q21. 『日本遺産』に認定されていることが分かった場合、その地域への興味・関心に変化はありますか。(SA)



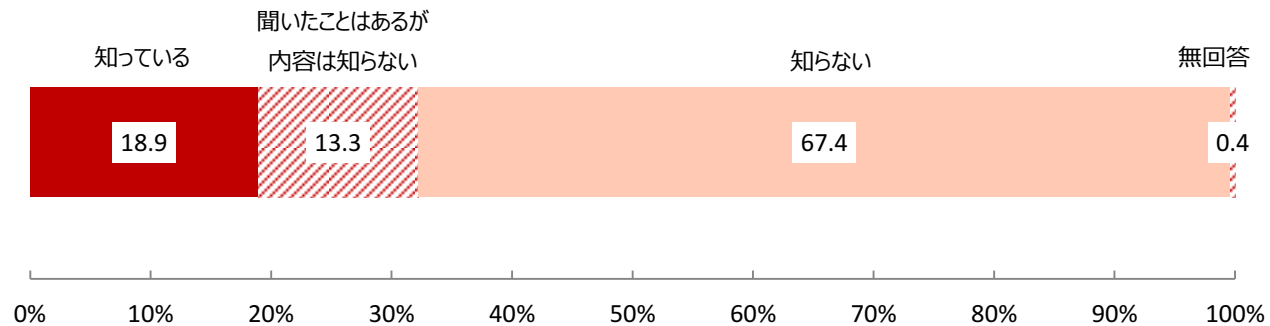
		回答者数	行ってみたいくなる	調べてみたいくなる	気持ちに変化はない	無回答
全体		519	37.4	28.5	33.1	1.0
性別	男性	264	36.4	28.8	33.7	1.1
	女性	255	38.4	28.2	32.5	0.8
年代	20代～30代	129	28.7	33.3	38.0	-
	40代～50代	142	39.4	29.6	31.0	-
	60代以上	247	40.9	25.5	31.6	2.0

日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の認知度

●「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」（以下、当日本遺産と呼称）を「知っている」と答えた人が18.9%、「聞いたことがあるが内容は知らない」が13.3%で、32.2%の人が、当日本遺産を認知していると回答した。

当該遺産の認知度はまだ低く、まずは幅広い層への認知拡大が必要であると考える。

Q22. 日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」を知っていますか。(SA)



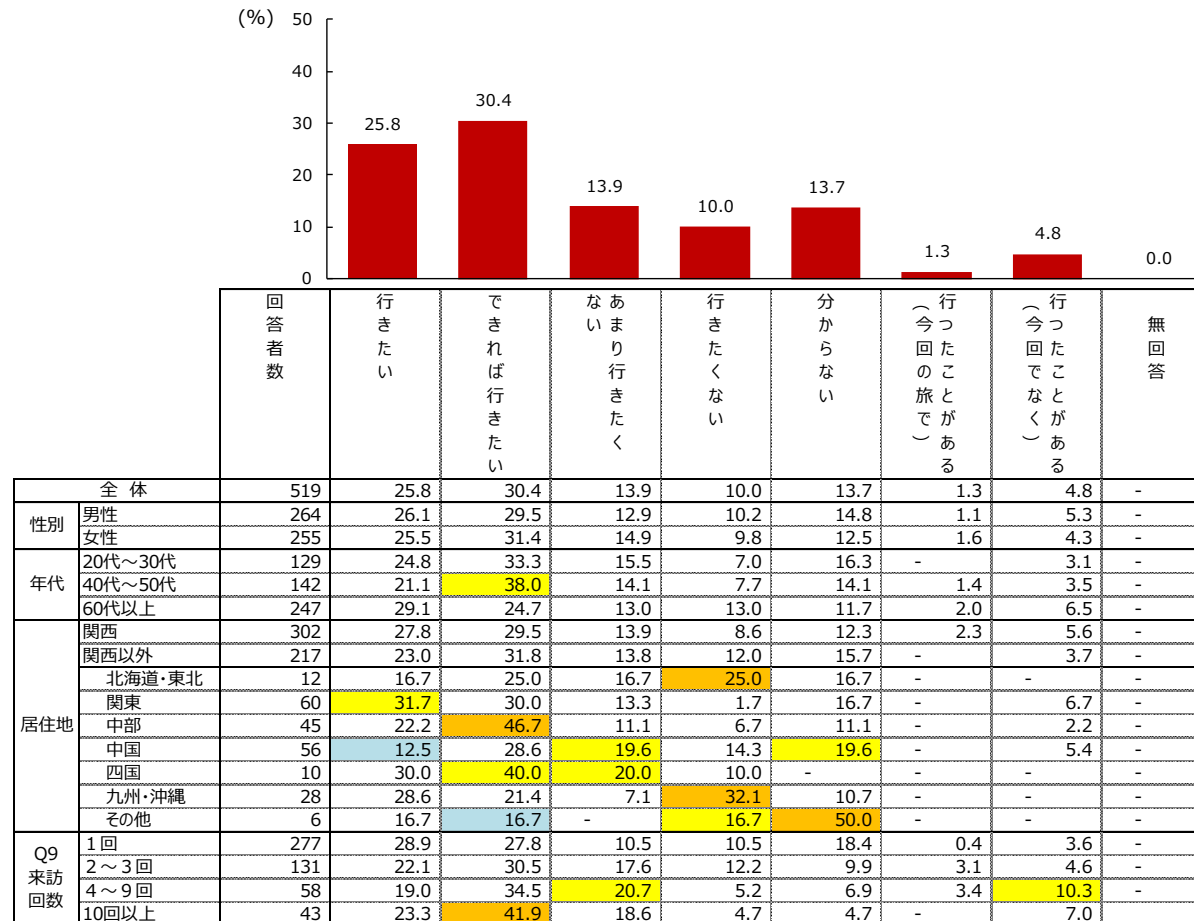
		回答者数	知っている	聞いたことがあるが内容は知らない	知らない	無回答
全体		519	18.9	13.3	67.4	0.4
調査地点	姫路城	177	13.0	10.7	76.3	-
	竹田城跡	177	31.1	9.6	59.3	-
	城崎温泉	165	12.1	20.0	66.7	1.2
性別	男性	264	18.9	13.3	67.4	0.4
	女性	255	18.8	13.3	67.5	0.4
年代	20代～30代	129	14.0	13.2	72.9	-
	40代～50代	142	16.2	10.6	73.2	-
	60代以上	247	22.7	15.0	61.5	0.8
居住地	関西	302	23.5	15.9	60.3	0.3
	関西以外	217	12.4	9.7	77.4	0.5
	北海道・東北	12	-	-	100.0	-
	関東	60	15.0	15.0	70.0	-
	中部	45	13.3	6.7	77.8	2.2
	中国	56	14.3	12.5	73.2	-
	四国	10	10.0	10.0	80.0	-
	九州・沖縄	28	10.7	-	89.3	-
	その他	6	-	16.7	83.3	-

日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」への来訪意向、来訪経験

●当日本遺産に「行きたい」と答えた人は25.8%、「できれば行きたい」と答えた人は30.4%で、56.2%の人が、当日本遺産に“行きたい”と回答しており、来訪意向は高い。実際に“行ったことがある”と答えた人は6.1%であった。

「日本遺産」ほどの反応ではないが、内容を理解頂ければ、旅行目的地として十分なポテンシャルを持つと思われる。

Q23. (日本遺産と知った上で)「播但貫く 銀の馬車道 鉱石の道」を訪れてみたいと思いますか。(SA)



日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」への来訪時期

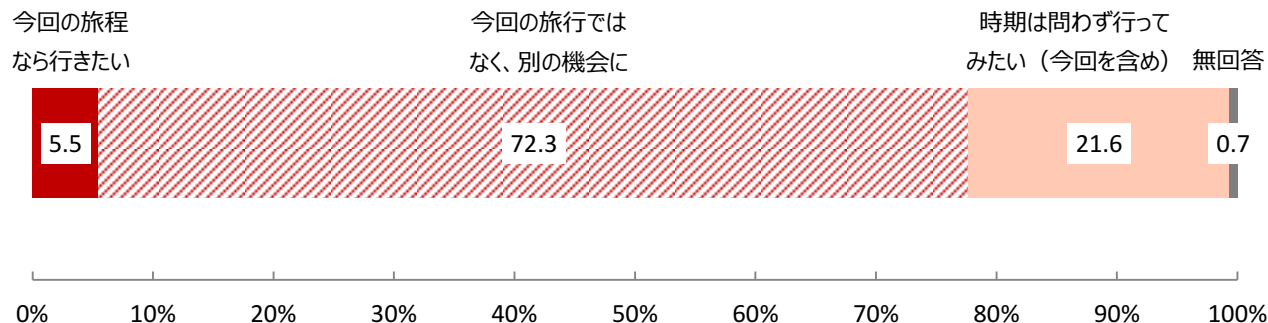
●Q23で“行きたい”、“行ったことがある”と答えた人のうち、「今回の旅程なら行きたい」と答えた人の割合は5.5%と低い。全体のうち、72.3%の人が、「今回の旅行ではなく、別の機会に」行きたいと回答しており、今回の旅程での訪問の検討率は低い。

・属性別では、＜姫路城来訪者＞では、「今回の旅程なら行きたい」と回答したのは全体の1%とほとんど見られなかった。竹田城跡・城崎温泉でも、それぞれ6.8%、8.9%と、10%以下に留まっている。

事前に計画して訪問される方が多いため、回答の割合が当然のことと思われる。いずれにせよ気軽にすぐに行けるエリアではないため、明確なアクセス情報や訪問ルートなど、検討素材を用意しておく必要がある。

Q24. 「行きたい」と思ったのは、今回の旅程においてですか。(SA)

※Q23で行きたい、行ったことがあると答えた方のみ聴取



		回答者数	今回の旅程なら行きたい (%)	今回の旅行ではなく、別の機会に (%)	時期は問わず行きたい(今回を含め) (%)	無回答 (%)
全体		292	5.5	72.3	21.6	0.7
調査地点	姫路城	99	1.0	80.8	17.2	1.0
	竹田城跡	103	6.8	66.0	27.2	-
	城崎温泉	90	8.9	70.0	20.0	1.1

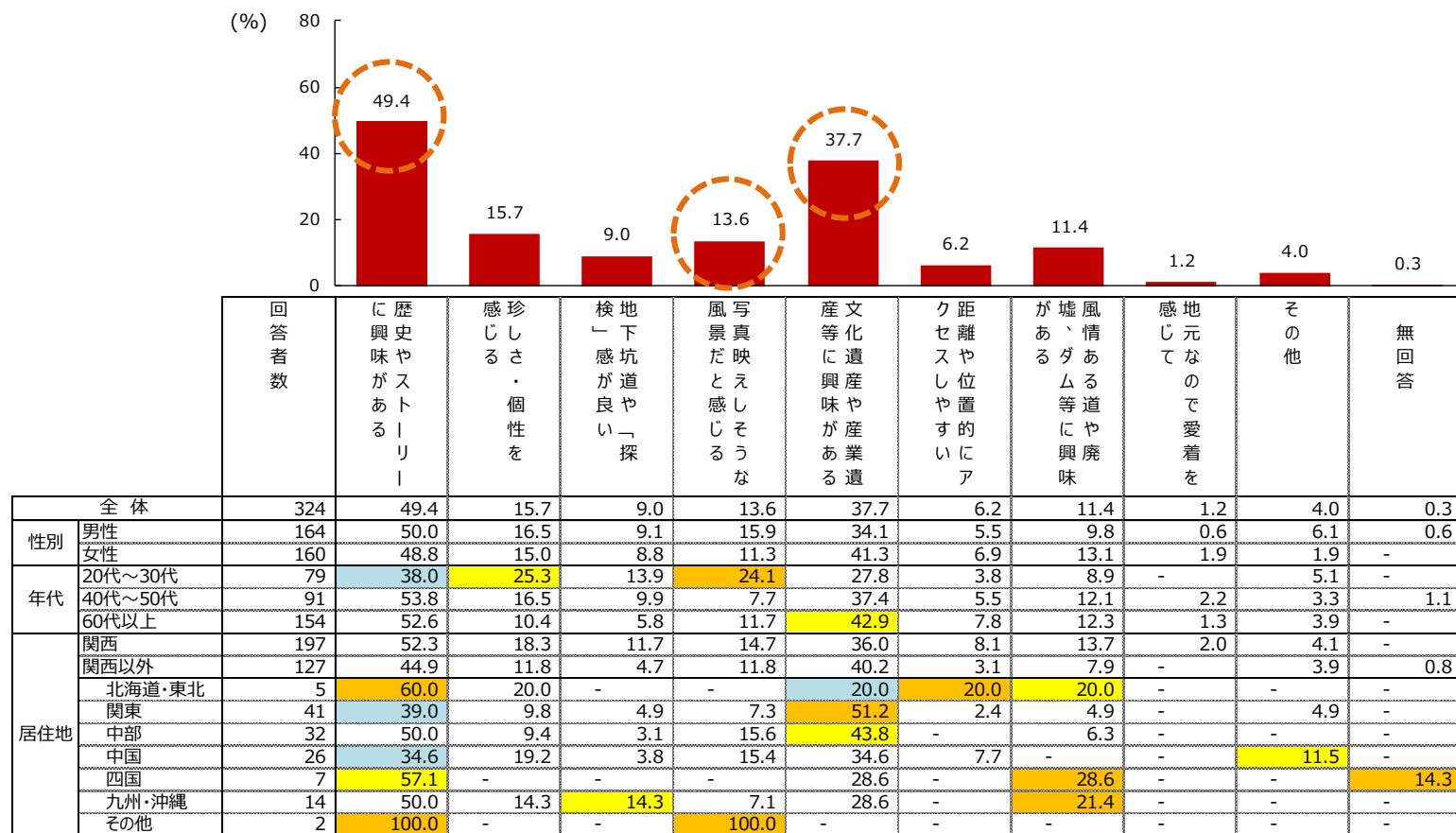
日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」へ興味・関心を持つ理由

●Q23で“行きたい”、“行ったことがある”と答えた人の理由としては、「歴史やストーリーに興味がある」から(49.4%)、「文化遺産や産業遺産等に興味がある」から(37.7%)と答えた人が多く、『歴史性』が、当日本遺産の主な興味関心の理由といえる。

属性別には<20代～30代>では、他年代に比べ、「写真映えしそうな風景だと感じる」と回答した人が多く、Q17と合わせて、『写真映えするかどうか』に興味関心を持つ傾向にある。

一方で<60代以上>では、「文化遺産や産業遺産等に興味がある」と答えた人が、他年代に比べ多くなっている。

Q25. 「行きたい」と思った理由、または「行った」理由は何ですか。(MA) ※Q23で行きたい、行ったことがあると答えた方のみ聴取



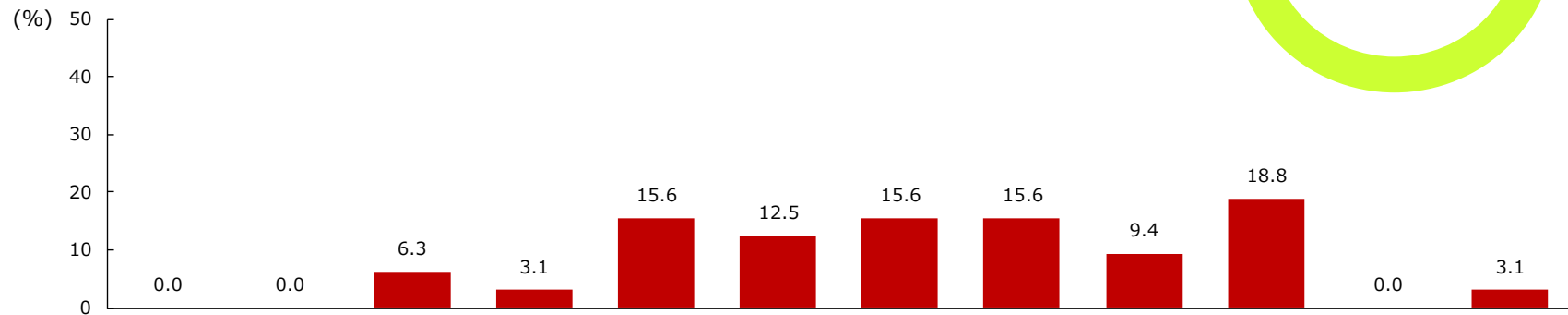
日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」推奨度

●Q23で当日本遺産に“行ったことがある”と回答した人に、推奨度についてお聞きしたところ、「9（推奨者）」の割合が18.8%で最も高く、次いで4～7（批判者～中立者）の各点数が12～15%台となっている。

**当日本遺産の観光NPSは-34.3であった。回答者数が少ないため、データはあくまでも参考値。
「批判者」も一定数いますが、そもそも日本遺産に含まれる歴史文化等に興味のない方に推奨するのは難しく、そのような配慮も含まれた結果かと思われる。**

**観光NPS
-34.3**

Q26. あなたは、当日本遺産への旅行を友人・知人に勧める可能性はどのくらいありますか。(SA)
※Q23で行きたい、行ったことがあると答えた方のみ聴取



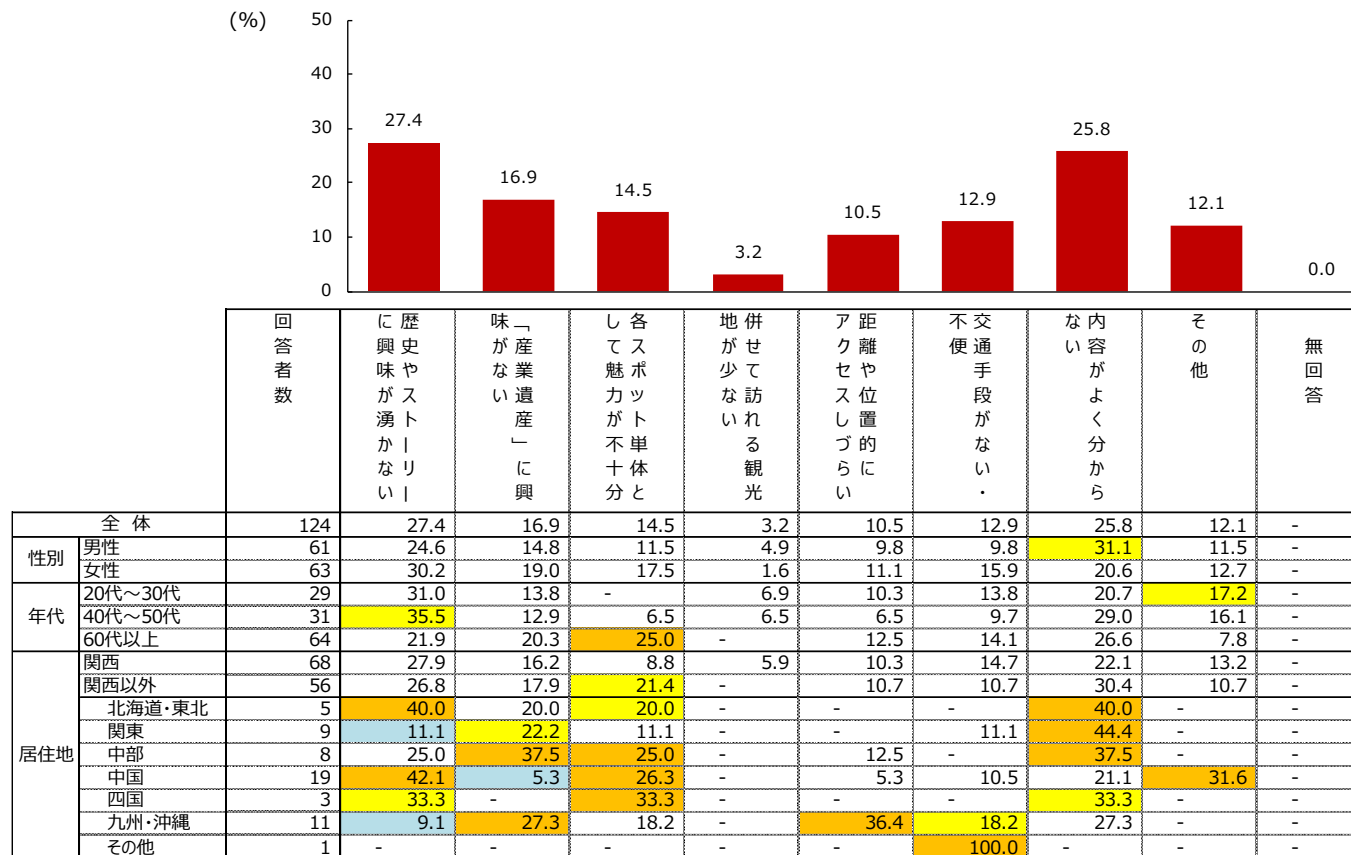
	回答者数	批判者						中立者		推奨者		無回答	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
全体	32	-	-	6.3	3.1	15.6	12.5	15.6	15.6	9.4	18.8	-	3.1
性別													
男性	17	-	-	5.9	-	17.6	23.5	17.6	11.8	5.9	11.8	-	5.9
女性	15	-	-	6.7	6.7	13.3	-	13.3	20.0	13.3	26.7	-	-
年代													
20代～30代	4	-	-	-	25.0	-	-	-	50.0	-	25.0	-	-
40代～50代	7	-	-	-	-	14.3	14.3	14.3	14.3	-	42.9	-	-
60代以上	21	-	-	9.5	-	19.0	14.3	19.0	9.5	14.3	9.5	-	4.8

日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」へ興味・関心を持たない理由

●Q23で当日本遺産に“行きたくない”と回答した人に、理由についてお聞きしたところ、「歴史やストーリーに興味がない」が27.4%で最も高いが、次いで「内容がよく分からない」が25.8%と続いており、当日本遺産の内容への認知が低いことも、主要な理由のひとつと見られる。

「内容がよく分からない」が原因になっている場合は、写真やコピーの工夫、発信手段等で分かりやすく訴求することが重要。但し、もともとこの分野に興味関心がない層に訴求しても、効果はほとんど得られないと思われる。

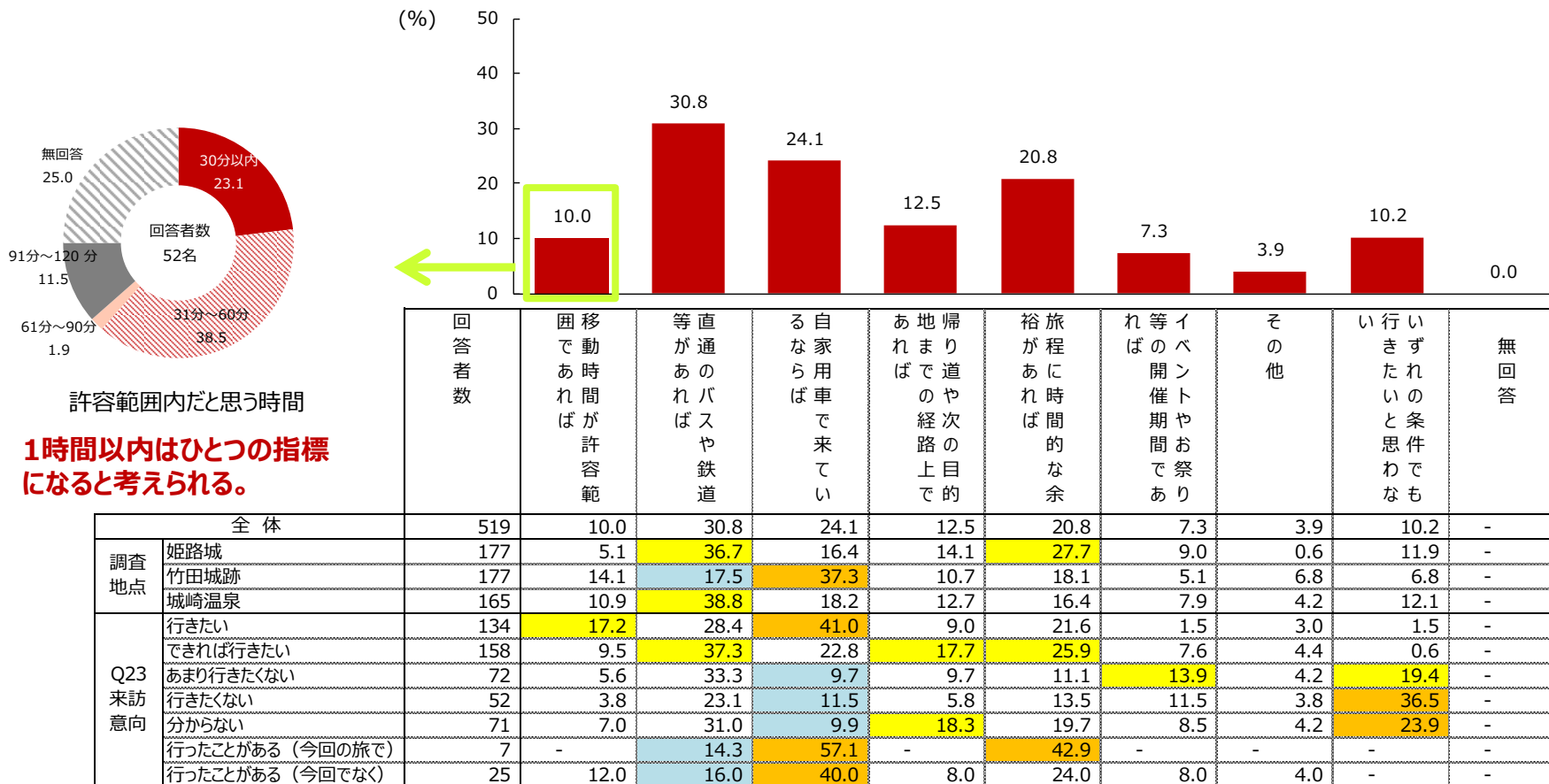
Q27. 「行きたくない」と思った理由は何ですか。(MA) ※Q23で行きたくないと答えた方のみ聴取



日本遺産について：各調査地点から「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」への訪問条件

●各調査地点から当日本遺産への訪問条件についてお聞きしたところ、「直通のバスや鉄道等があれば」の割合が30.8%で最も高い。次いで「自家用車で来ているならば」の割合が20.8%となっており、アクセスが訪問条件として重要であると言える。
 ・属性別には、Q23で「当日本遺産に行きたい」、「当日本遺産に行ったことがある」と答えた人は、「自家用車で来ているならば」の割合がそれぞれ最も高く、全体の数値と比較しても10%以上高い。

Q28. 現在地から、今回の旅程の中で日本遺産「播但貫く 銀の馬車道 鉱石の道」を訪れる場合、どのような条件であれば行きたい気持ちになりますか。(MA)

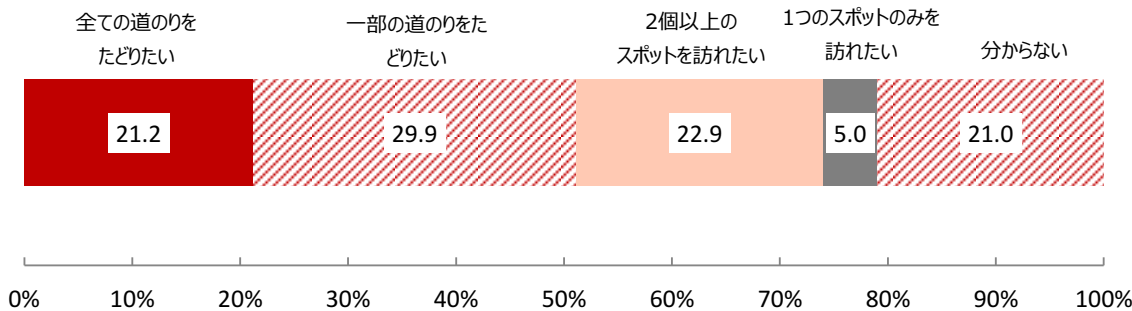


日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の巡り方

●当日本遺産について、「全ての道のりをたどりたい」と答えた人は21.2%、「一部の道のりをたどりたい」と答えた人は29.9%で、51.1%が、「道」をたどる巡り方をしたいと回答した。

・属性別には、Q23で「当日本遺産に行きたい」と答えた人は、「全ての道のりをたどりたい」の割合が最も高く、全体の数値と比べても、10ポイント以上高い。

Q29. もし今後当日本遺産を訪れることになった場合、「道」をたどる旅か、特定のスポットを訪れるか、どちらが気持ちに近いですか。(SA)



こちらの回答からは、例えば主要スポット2か所を巡るコースなど、比較的限定されたエリア内で歴史文化を学べるコースを細かく用意する等といった訴求方法が方法論としてみえてくる。

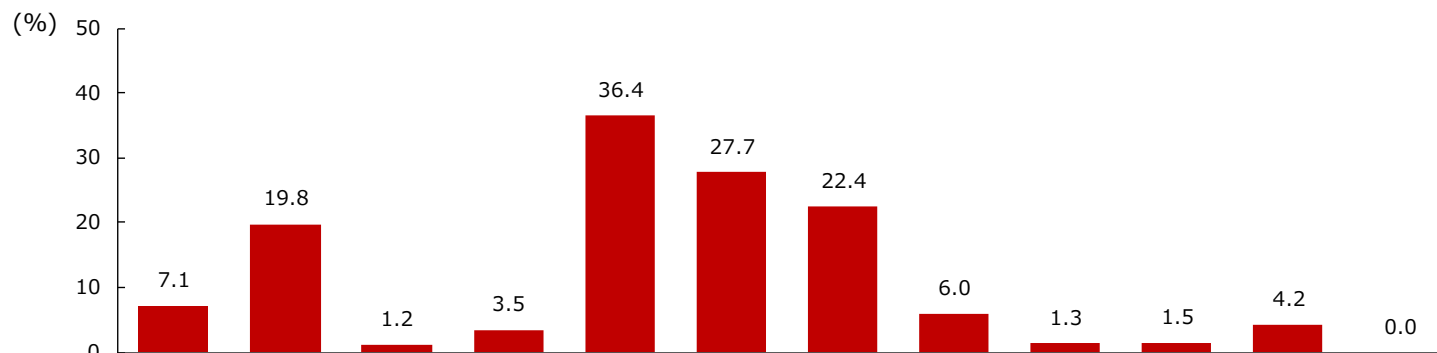
		回答者数	全ての道のりをたどりたい	一部の道のりをたどりたい	2個以上のスポットを訪れたい	1つのスポットのみを訪れたい	分からない	無回答
全体		519	21.2	29.9	22.9	5.0	21.0	-
性別	男性	264	23.1	29.2	20.8	5.3	21.6	-
	女性	255	19.2	30.6	25.1	4.7	20.4	-
年代	20代～30代	129	25.6	34.1	20.2	4.7	15.5	-
	40代～50代	142	25.4	30.3	23.2	7.0	14.1	-
	60代以上	247	16.6	27.5	24.3	4.0	27.5	-
居住地	関西	302	22.8	31.8	22.2	4.0	19.2	-
	関西以外	217	18.9	27.2	24.0	6.5	23.5	-
	北海道・東北	12	-	25.0	25.0	-	50.0	-
	関東	60	21.7	31.7	25.0	3.3	18.3	-
	中部	45	20.0	31.1	20.0	8.9	20.0	-
	中国	56	17.9	21.4	26.8	5.4	28.6	-
	四国	10	20.0	20.0	40.0	-	20.0	-
	九州・沖縄	28	14.3	25.0	21.4	17.9	21.4	-
その他	6	50.0	33.3	-	-	16.7	-	
Q23 来訪意向	行きたい	134	34.3	33.6	23.1	1.5	7.5	-
	できれば行きたい	158	20.9	36.7	27.2	8.9	6.3	-
	あまり行きたくない	72	9.7	12.5	27.8	2.8	47.2	-
	行きたくない	52	9.6	28.8	9.6	9.6	42.3	-
	分からない	71	12.7	28.2	14.1	2.8	42.3	-
	行ったことがある(今回の旅で)	7	42.9	14.3	14.3	-	28.6	-
行ったことがある(今回でなく)	25	28.0	28.0	36.0	4.0	4.0	-	

日本遺産について：道をたどる旅場合の、「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の観光スタイル

●当日本遺産の「道」をたどる旅の場合、「ドライビング」で観光したいと答えた人が36.4%で最も多かった。次いで、「バスツアー」(27.7%)、「鉄道・トロッコ」(22.4%)と続く。

・属性別には、Q29の当日本遺産の巡り方で、〈全ての道をたどりたい〉、〈一部の道をたどりたい〉と“道”を意識した巡り方をしたいと答えた人は、「ドライビング」の割合が最も高かった。〈1つのスポットのみを訪れたい〉と答えた人は、「バスツアー」の割合が34.3%で最も高かった。

Q30. 当日本遺産の「道」をたどる旅の場合、どのような旅のスタイルであれば、行きたい気持ちになりますか。(MA)



		回答者数	サイクリング	トレッキング	マラソン	バイクツーリング	ドライビング	バスツアー	鉄道・トロッコ	馬車の旅 (本物の馬)	ゴカート	その他	わなでもないスタイル	無回答
全体		519	7.1	19.8	1.2	3.5	36.4	27.7	22.4	6.0	1.3	1.5	4.2	-
年代	20代～30代	129	10.1	25.6	2.3	7.8	39.5	12.4	20.9	5.4	3.9	0.8	2.3	-
	40代～50代	142	14.1	19.7	0.7	2.1	42.3	23.2	25.4	7.7	0.7	2.1	3.5	-
	60代以上	247	1.6	16.6	0.8	2.0	31.6	38.5	21.5	5.3	0.4	1.6	5.7	-
Q29 日本遺産の巡り方	全ての道のりをたどりたい	110	10.9	22.7	0.9	5.5	34.5	29.1	22.7	7.3	0.9	2.7	2.7	-
	一部の道のりをたどりたい	155	8.4	23.2	2.6	3.2	46.5	18.7	23.2	4.5	0.6	1.3	1.9	-
	2個以上のスポットを訪れたい (「道のり」は意識せず)	119	4.2	12.6	0.8	3.4	43.7	34.5	27.7	7.6	0.8	-	-	-
	1つのスポットのみを訪れたい	26	7.7	11.5	-	7.7	30.8	34.6	30.8	11.5	-	3.8	-	-
	分からない	109	4.6	22.0	-	0.9	17.4	30.3	12.8	3.7	3.7	1.8	14.7	-

日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」のPR方法について

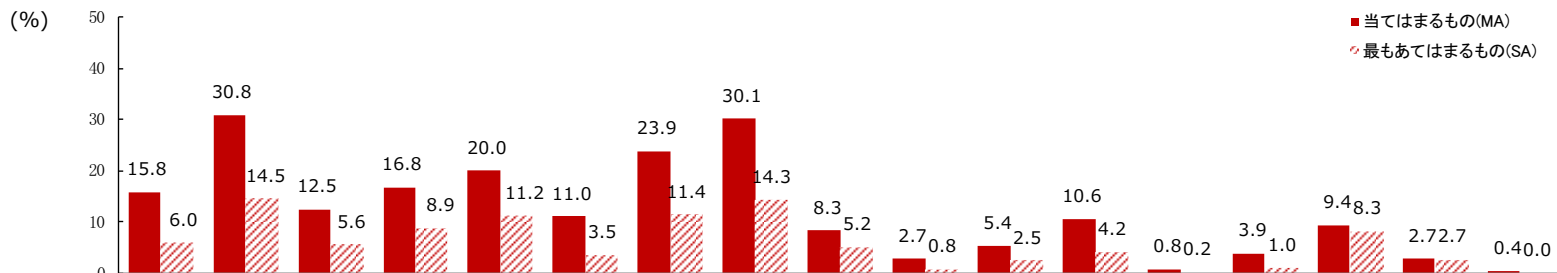
●当日本遺産について、どのような広告表現の方向性であれば行きたい気持ちになるかお聞きしたところ、「ここでしか味わえない、ご当地グルメ」(30.8%)、「ここでしか見られない、美しい風景・景観」(30.1%)の2項目の割合が高く、最もあてはまるものについても、同様に上記2項目の割合が高い。

「ここでしか～」にはじまるご当地ならではの表現は必須。若年層では「ここでしか撮れない景色」など、フォトジェニック、インスタ映えを意識した発信も重要。これは国内旅行者に限らず、インバウンドにおいても同様の訴求要素である。

Q31. 当日本遺産のPR法について、どのような広告表現の方向性であれば行きたい気持ちになりますか。(MA)

また、そのうち最もあてはまるもの1つお答えください。(SA)

※上段：行きたい気持ちになると思う広告表現(MA)、下段：その中で最も自分にあてはまると思うPR方法(SA)



回答者数	ポットジエカニック	ここでしか味わえない、ご当地グルメ	ここでしか見られない、美しい風景・景観	過去世に思いを馳せる旅、遺跡・遺構をめぐる旅	文化遺産や近代化の歴史	山探訪、下町の歴史を鑑賞	見ている、体験型、旅行も	できる、触れて型、旅行も	子どもと一緒に楽しむ	神秘的、ミステリアス	個性豊かな土地、出会い	その他	たいずれのPRでもない行き	無回答					
全体	519	15.8 (6.0)	30.8 (14.5)	12.5 (5.6)	16.8 (8.9)	20.0 (11.2)	11.0 (3.5)	23.9 (11.4)	30.1 (14.3)	8.3 (5.2)	2.7 (0.8)	5.4 (2.5)	10.6 (4.2)	0.8 (0.2)	3.9 (1.0)	9.4 (8.3)	2.7 (2.7)	0.4 (-)	
性別																			
男性	264	12.1 (5.7)	27.7 (11.4)	11.4 (5.7)	18.2 (10.2)	21.6 (12.9)	11.4 (4.2)	24.2 (12.5)	28.4 (13.6)	6.1 (4.5)	3.0 (0.4)	5.7 (2.3)	10.2 (4.9)	0.8 (-)	4.2 (1.1)	8.7 (7.6)	3.0 (3.0)	- (-)	
女性	255	19.6 (6.3)	34.1 (17.6)	13.7 (5.5)	15.3 (7.5)	18.4 (9.4)	10.6 (2.7)	23.5 (10.2)	31.8 (14.9)	10.6 (5.9)	2.4 (1.2)	5.1 (2.7)	11.0 (3.5)	0.8 (0.4)	3.5 (0.8)	10.2 (9.0)	2.4 (2.4)	0.8 (-)	
年代																			
20代~30代	129	24.8 (10.9)	38.8 (20.2)	13.2 (5.4)	16.3 (8.5)	14.0 (7.0)	4.7 (-)	20.9 (7.8)	29.5 (14.0)	3.1 (2.3)	3.1 (1.6)	10.1 (6.2)	18.6 (7.8)	1.6 (0.8)	3.1 (0.8)	8.5 (6.2)	0.8 (0.8)	- (-)	
40代-50代	142	19.7 (7.0)	33.8 (12.0)	14.1 (8.5)	14.8 (4.9)	23.2 (12.0)	12.0 (4.9)	19.0 (11.3)	29.6 (11.3)	9.2 (4.9)	4.2 (-)	7.0 (2.1)	11.3 (5.6)	0.7 (-)	8.5 (2.1)	10.6 (9.9)	3.5 (3.5)	0.7 (-)	
60代以上	247	8.9 (2.8)	24.7 (12.6)	11.3 (4.0)	18.2 (11.3)	21.5 (13.0)	13.8 (4.5)	28.3 (13.4)	30.8 (16.2)	10.5 (6.9)	1.6 (0.8)	2.0 (0.8)	6.1 (1.6)	0.4 (-)	1.6 (0.4)	9.3 (8.5)	3.2 (3.2)	0.4 (-)	

本提案書内で使用している画像・資料は、あくまで資料用素材として使用しており、関係各社・団体のWEBなどから借用しているものがあります。複製転載・外部への公開はご遠慮頂きますようお願い致します。

誘客対象ニーズ・意識調査

【報告書の見方】

- ・集計結果はすべて、小数点第2位を四捨五入しており、比率の合計が100.0%にならないことがある。
- ・複数回答のパーセントについては、合計しても100%とはならない。
- ・セルに色が付いている場合、下記のことを示す。

全体と比較し
は+10%以上
は+5%以上10%未満
は-10%以上

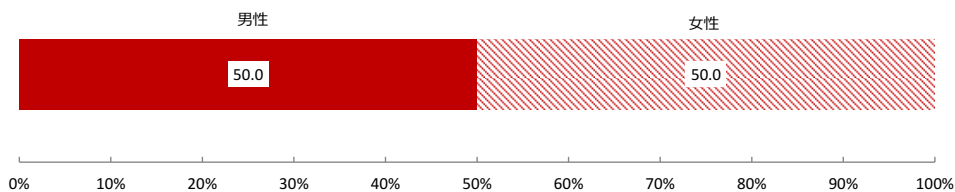
調査概要

■ 調査概要

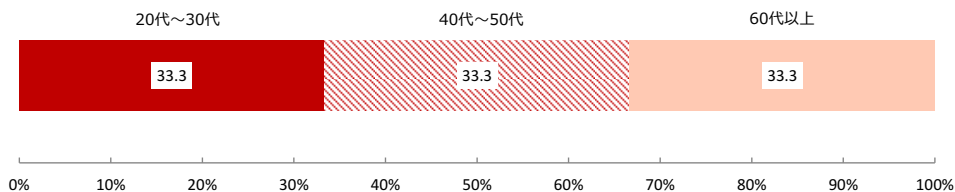
調査名称	誘客対象ニーズ・意識調査
調査目的	但馬・播磨地域への誘客のための基礎資料として、日本遺産や周辺エリアの観光資源への認知・関心度および、旅行に関するニーズ・動向を分析し、当該エリアと相性の良いターゲットの選定や効果的な訴求ポイントを探ることを目的とする。
調査手法	インターネット調査
調査対象者	関東／中部／近畿／中国／九州の主要都府県に在住の20歳以上の男女
対象者条件	上記在住者の内、国内観光に興味を持つ層
対象者セグメント	年代：20・30代、40・50代、60歳以上の3区分 性別：男女の2区分
サンプル数	1,800サンプル（居住地、性別、年代それぞれで取得サンプル数が均等になるようサンプリング）
調査期間	11月2日（木）～11月6日（月）

■ 対象者プロフィール

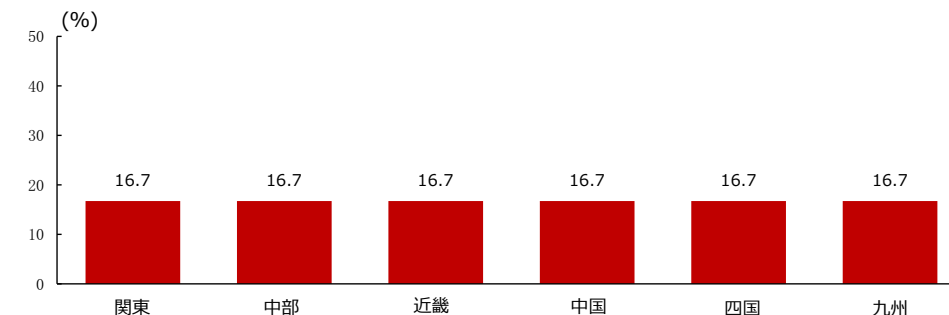
性別



年齢



居住地



※各地域とも、人口の多い県を中心に抜粋。近畿のみ、全府県を対象とした。

関東：東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県

中部：愛知県、静岡県、岐阜県、三重県

近畿：大阪府、京都府、奈良県、兵庫県、滋賀県、和歌山県

中国：岡山県、広島県、山口県

四国：徳島県、香川県、愛媛県、高知県

九州：福岡県、熊本県、長崎県、鹿児島県

兵庫県の観光について

- 旅に求めるものは「美味しいものを食べる」「風情・風景を楽しむ」「休養・癒し」
- 近畿圏への旅行経験は京都、大阪に次いで3番目に兵庫で京都とは15ポイント、大阪とは10ポイントの差
- 兵庫へは2回以上のリピーターが多く、神戸地区、淡路地区の認知や関心が高い。中播磨地区及び但馬地区（以下、播但地区）は、この2地区に次いで認知や関心、訪問経験、来訪意向が高く、県内でも上位に位置している。

播但地区の観光について

- 播但地区の観光に関心を持つきっかけは、テレビ番組や旅行雑誌、旅行ガイドブックなど従来のメディアでSNSなどのインターネットは上位ではない。
- 播但地区内の観光施設の認知では、姫路城、城崎温泉、竹田城址の順に高く突出している。日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」内の観光施設では、史跡生野銀山が最も高いが約1割にとどまっている。来訪経験では、姫路城、城崎温泉が高く、当日本遺産内では認知と同様に史跡生野銀山が1割であった。
- 播但地区の来訪者の満足度は9割以上と非常に高く、再訪問意向も9割以上と非常に高い。当地区の推奨度は-6.4であった。
- 当地区の興味・関心度も8割以上と高く、関心を持った理由は、温泉に入りたい、食べ物がおいしい、歴史的な建築物や遺産を見たいという回答が多く、中でも高齢層では歴史的な建築物や遺産を見たいという答えが高い傾向にある。

日本遺産について

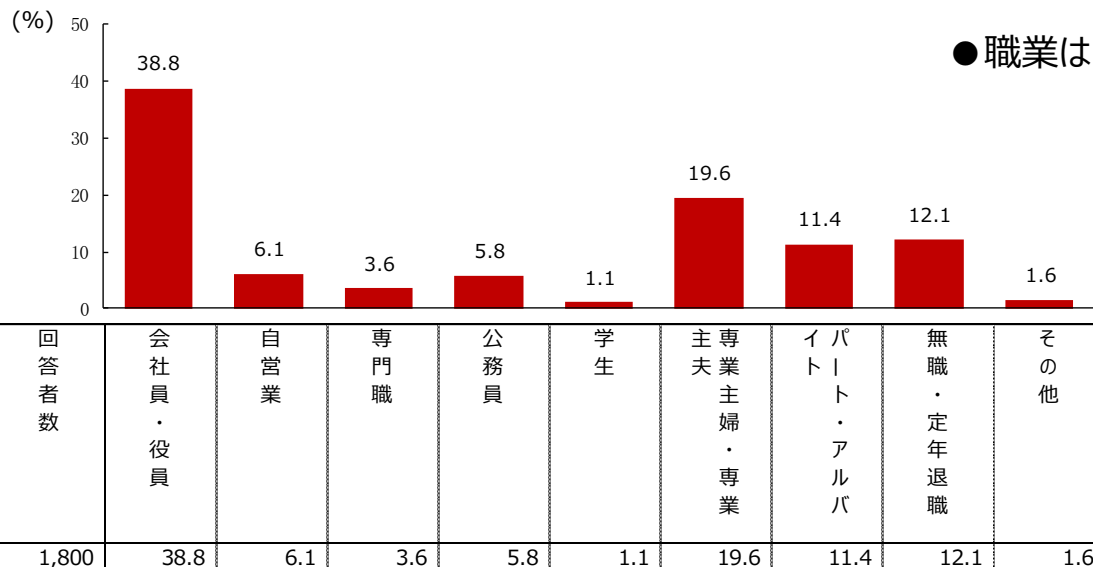
- 日本遺産という言葉の認知は7割となっているが、他の質問回答状況からみると実際には3割程度と推測される。日本遺産への訪問経験は3割であった。日本遺産であることがその地域への興味関心を引く“きっかけ”となる人は7割程度、「行ってみたいくなる」との人は3割弱と日本遺産という言葉の訴求力は高いものを思われる。

播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道について

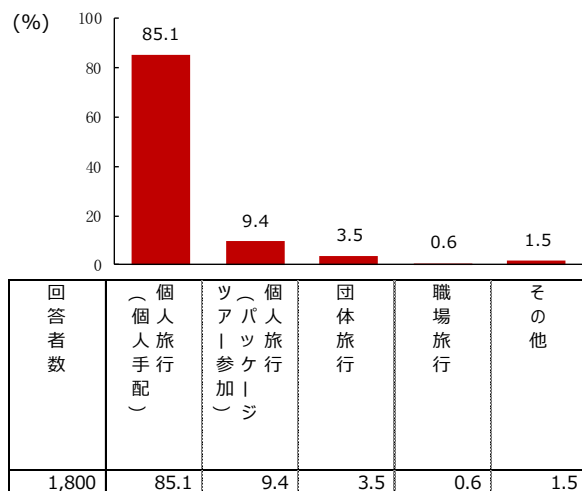
- 産業的な遺産・遺構については、歴史的な建物や街並みを理由に興味・関心をもつ人が多い一方、関心がない人も3割弱存在する。
- 日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の認知については、内容まで知っている人はわずか4%、言葉だけ聞いたことがある人は2割であった。当日本遺産への来訪意向は5割以上と高く、日本遺産内の興味・関心を引く構成資産は、「明延鉱山関連遺構・明延鉱山町」、「生野鉱山寮」、「飾磨津物揚場」が上位となった。
- 当日本遺産の訪問の形態は「道」全体をたどるよりも1～2箇所の「スポット観光」を選ぶ傾向にある。
- 当日本遺産のPR方法については、「ここでしか見られない美しい風景・景観」、「ここでしか味わえないご当地グルメ」とオリジナリティが求められている。

基礎情報

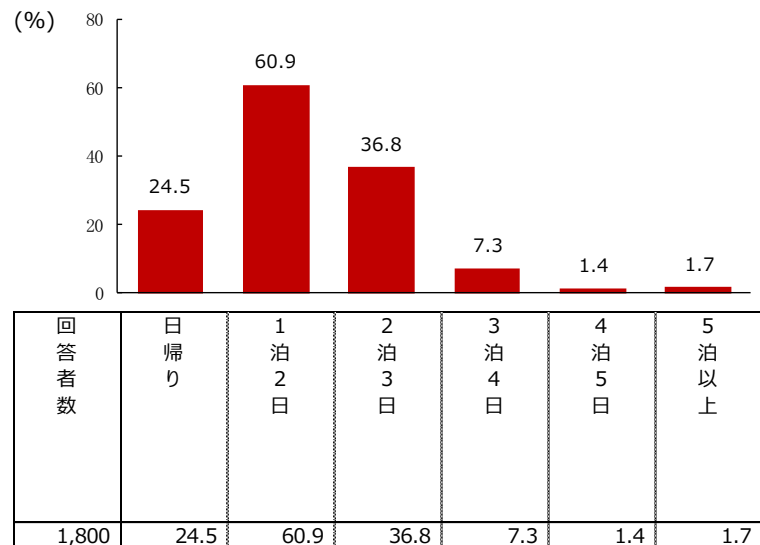
Q 1. あなたのご職業を以下よりお選びください。(SA)



Q 2. 国内旅行の際の旅行形態について、最も多い形態を以下より1つお選びください。(SA)

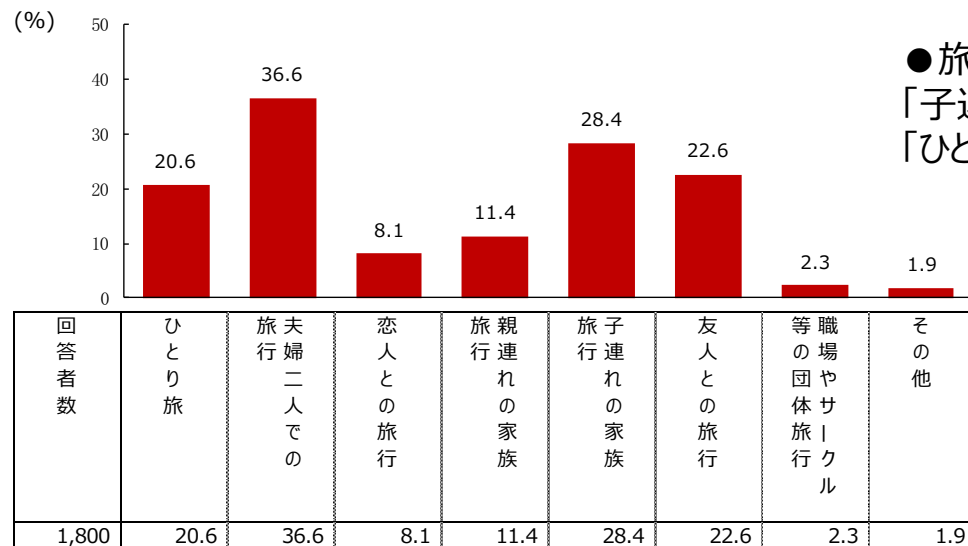


Q 3. 国内旅行の際の旅行日数について、何泊程度の旅程で計画することが多いですか。(MA)



● 計画する旅行日数は、「1泊2日」の輸入相が60.9%と最も高い。次いで、「2泊3日」(36.8%)、「日帰り」(24.5%)と続く。

Q 4. 国内旅行の際に、どういった方と一緒に行くことが多いですか。(MA)

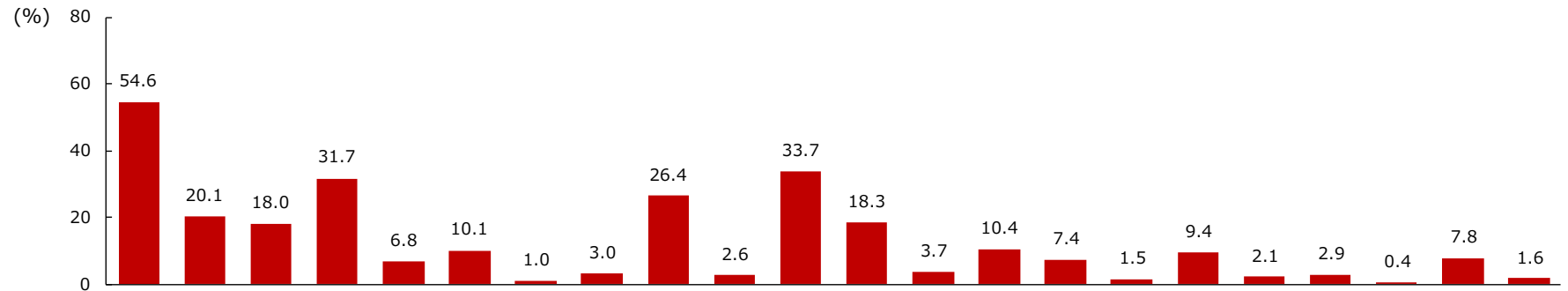


● 旅行形態は、「夫婦二人での旅行」が36.6%で最も多く、「子連れの家族旅行」(28.4%)、「友人との旅行」(22.6%)、「ひとり旅」(20.6%)と続く。

国内旅行について：『旅』に求めるもの

●『旅』に求めるものについてお聞きしたところ、「美味しいものを食べる」の割合が54.6%で最も高く、次いで「風情・景観を楽しむ」(33.7%)、「休養・癒し」(31.7%)と続いており、“旅行先ならではの体験(食・景観)”や“癒し”を旅の目的とする人が多い。・属性別でみると、各年代とも、最も多いのは、「美味しいものを食べる」だが、<20代~30代>では、61.5%が本選択肢を選んでおり、特にその傾向が顕著である。また、<60代以上>では、「風情・景観を楽しむ」の割合も高い(43.7%)。

Q5. 旅行の際に、あなたが『旅』に求めるものは何ですか。(MA)



回答者数	食 美味 しい もの を 吃 べ る	非 日 常 を 味 わ う	自 然 に 触 れ る	休 養 ・ 癒 し	感 動 を 得 る	同 行 者 と の 親 睦	地 域 住 民 と の 親 睦	未 知 の も の に 触 れ る	有 名 観 光 地 を 訪 れ る	訪 れ る ・ ト レ ン ド 所 を	風 情 ・ 景 観 を 楽 し む	歴 史 ・ 文 化 財 に 触 れ る	知 識 ・ 教 養 深 め る	趣 味 を 楽 し む	賢 沢 を す る	健 康 増 進 を 図 る	写 真 を 撮 る	ア ー ト に 触 れ る	都 会 を 楽 し む	流 行 の 最 先 端 に 触 れ る	楽 し む	シ ョ ッ ピ ン グ を	そ の 他	
全体	1,800	54.6	20.1	18.0	31.7	6.8	10.1	1.0	3.0	26.4	2.6	33.7	18.3	3.7	10.4	7.4	1.5	9.4	2.1	2.9	0.4	7.8	1.6	
性別	男性	900	51.7	16.0	18.6	30.6	7.0	9.0	1.3	3.2	25.2	2.3	32.2	19.1	4.2	14.7	6.1	2.0	11.3	1.7	3.9	0.4	6.7	1.7
	女性	900	57.6	24.2	17.4	32.8	6.6	11.1	0.7	2.8	27.6	2.8	35.2	17.4	3.2	6.1	8.7	1.0	7.6	2.6	2.0	0.3	9.0	1.4
年代	20代~30代	600	61.5	24.3	13.3	32.5	6.8	8.5	1.7	3.2	29.5	3.8	26.8	10.8	3.3	10.2	9.8	0.8	11.3	2.3	4.0	0.5	9.2	1.0
	40代~50代	600	55.2	17.8	15.0	32.8	7.0	8.3	0.8	3.0	26.8	2.7	30.7	14.8	4.5	11.8	9.5	1.7	7.2	1.5	3.2	0.5	9.5	1.7
	60代以上	600	47.2	18.2	25.7	29.7	6.5	13.3	0.5	2.8	22.8	1.2	43.7	29.2	3.3	9.2	2.8	2.0	9.8	2.5	1.7	0.2	4.8	2.0

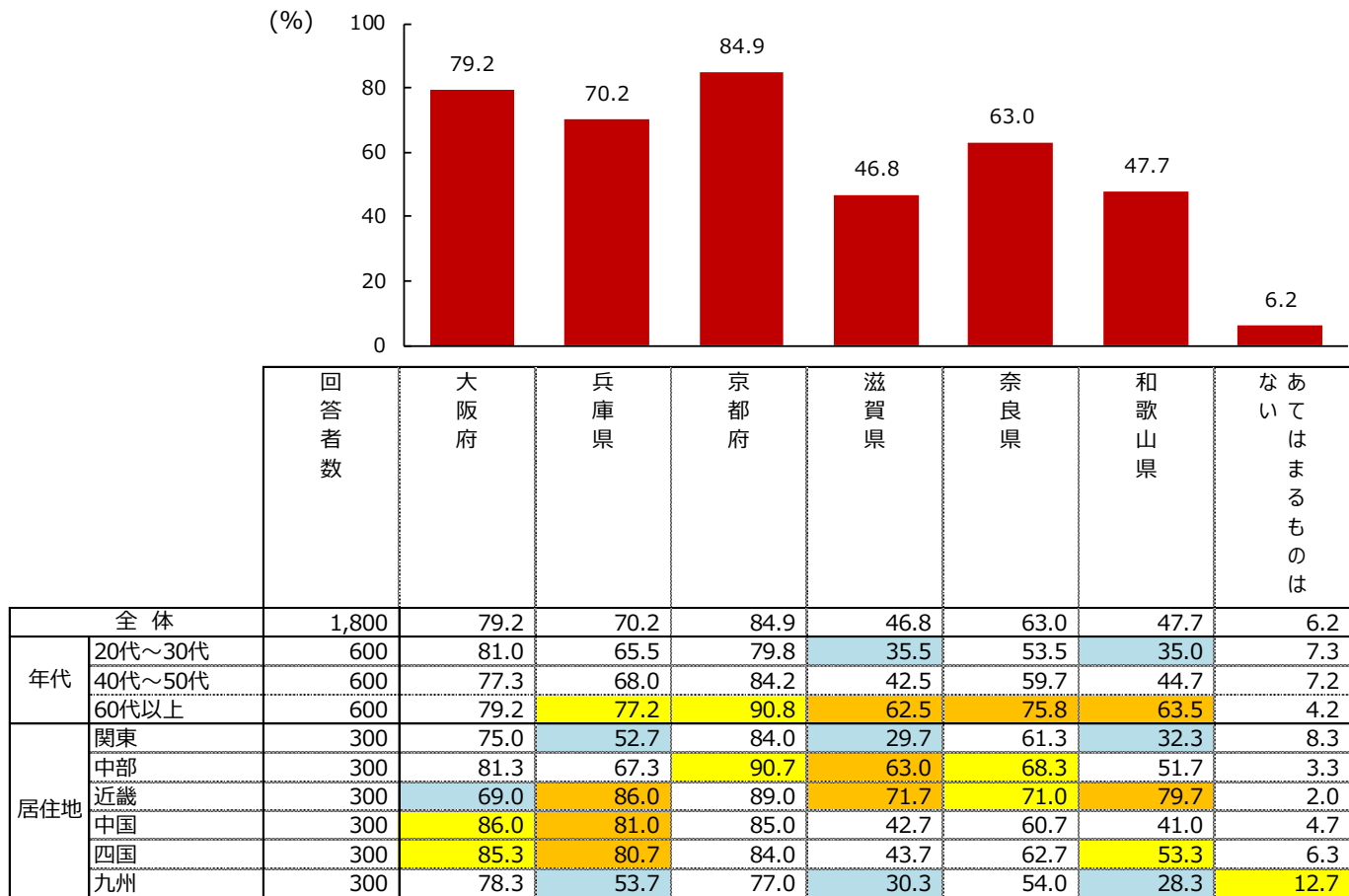
国内旅行について：近畿地区の旅行経験

●「京都府」への旅行経験のある人が、89.4%と9割近く見られる。次いで「大阪府」が79.2%と続く。

「兵庫県」への旅行経験がある人の割合は70.2%で、近畿内では3番目に高い。

・属性別には、各年代とも、60%以上の人が兵庫県への旅行経験がある。居住地別では、＜関東および九州在住者＞の旅行経験は50%台だが、＜近畿・四国・中国在住者＞では、80%台となっており、居住地により差がみられる。

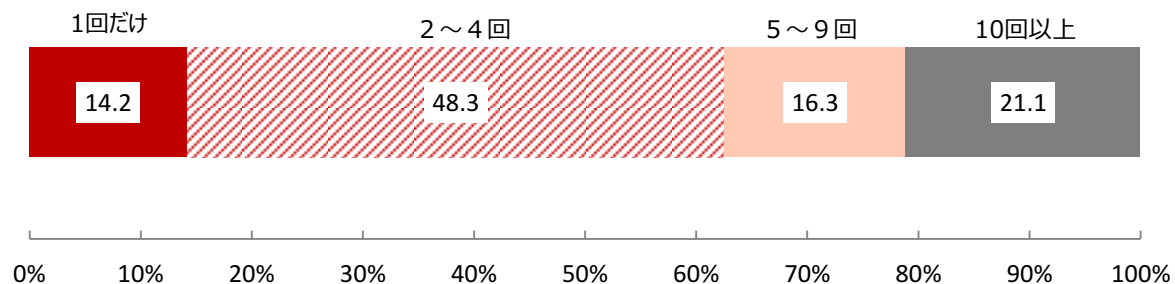
Q 6. 今までにあなたが旅行をしたことのある近畿地区の府県を以下より全てお選びください。(MA)



国内旅行について：兵庫県への旅行回数

- 兵庫県に旅行へ来たことのある人の中で、2回以上訪問している人が85.7%と、8割以上の方が兵庫県へ再訪している。
- ・ 属性別には、Q6と同じように、居住地が遠いほど、来訪回数は少なくなる傾向にある。

Q7. 兵庫県へは何回くらい旅行をしたことがありますか。(SA) ※ Q6で兵庫県に行ったことがあると答えた方のみ聴取



		回答者数	1回だけ	2~4回	5~9回	10回以上
全体		1,264	14.2	48.3	16.3	21.1
居住地	関東	158	27.2	55.7	8.2	8.9
	中部	202	24.3	55.0	11.9	8.9
	近畿	258	2.3	38.8	20.5	38.4
	中国	243	11.5	45.7	18.1	24.7
	四国	242	5.4	44.6	22.7	27.3
	九州	161	25.5	57.8	10.6	6.2

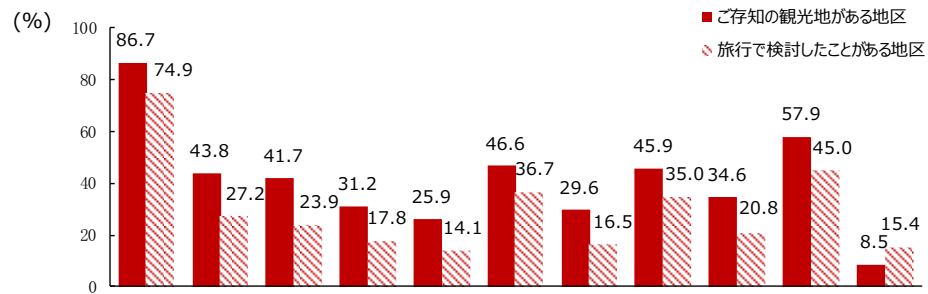
国内旅行について：兵庫県内の各地区の認知度、旅行検討の有無

● 認知度、旅行の検討有無の割合ともに、「神戸地区」が最も高く(各86.7%、74.9%)、次いで淡路地区も高い(各57.9%、45.0%)。次いで「中播磨地区」(各46.6%、36.7%)、「但馬地区」(各45.9%、35.0%)の割合が高く、両地区の認知度と検討有無の割合は、兵庫県内でも高い。

・「中播磨地区」、「但馬地区」の観光地の認知度は<60代以上>で50%を超えており、全体と比較して10ポイント以上高くなっている。同じく検討有無についても、<60代以上>では、全体の割合より10ポイント以上高い。

Q 8 - 1. ご存知の観光地がある地区をお選びください。(MA) (%)

Q 8 - 2. 旅行で検討したことのある地区をお選びください。(MA)



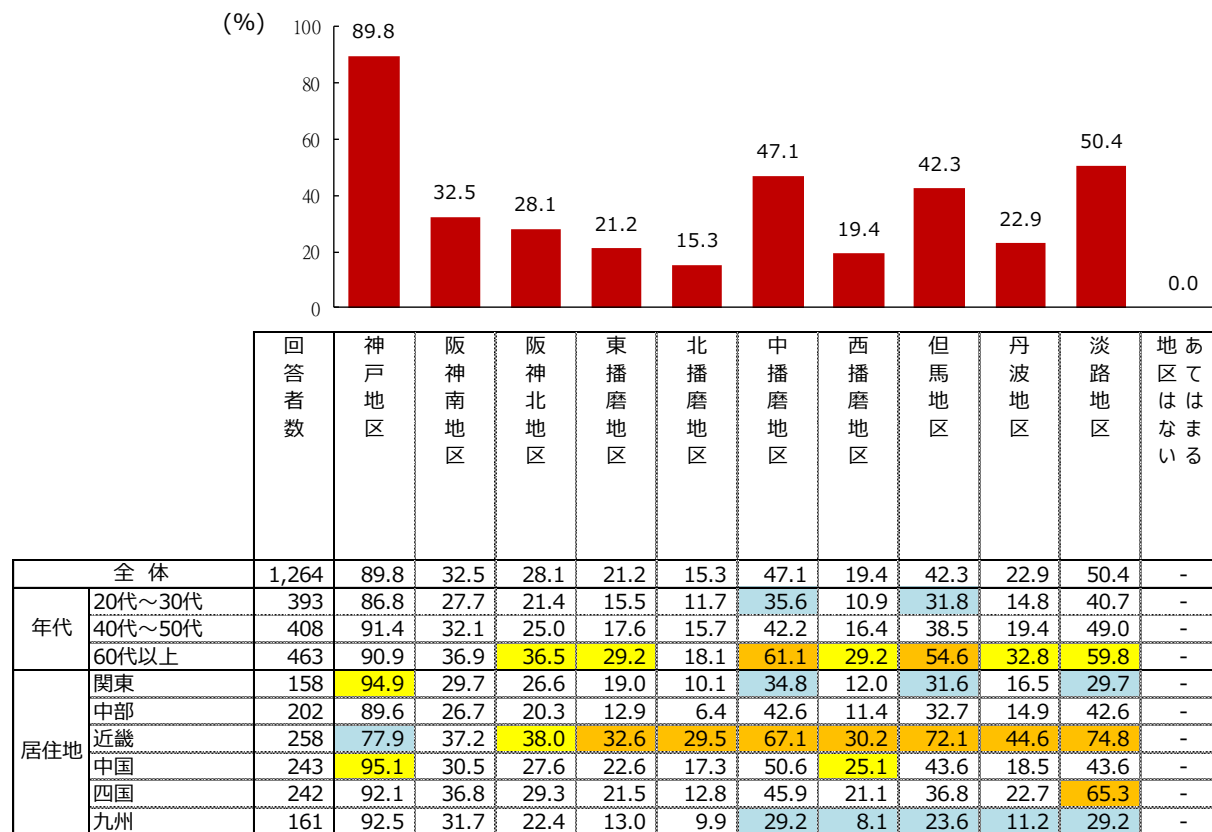
		回答者数	神戸地区	阪神南地区	阪神北地区	東播磨地区	北播磨地区	中播磨地区	西播磨地区	但馬地区	丹波地区	淡路地区	あま地区	
Q 8 - 1	全体	1,800	86.7	43.8	41.7	31.2	25.9	46.6	29.6	45.9	34.6	57.9	8.5	
	年代	20代~30代	600	83.0	44.0	38.5	27.0	24.3	38.2	23.2	36.5	27.5	48.8	11.7
		40代~50代	600	87.8	43.8	42.2	30.0	26.2	44.0	28.7	44.5	32.3	55.8	7.3
		60代以上	600	89.2	43.5	44.3	36.5	27.2	57.7	36.8	56.8	44.0	69.2	6.5
		関東	300	79.0	36.3	34.0	23.0	16.7	32.0	17.7	32.3	24.0	43.0	17.0
	居住地	中部	300	86.7	37.0	35.7	25.3	16.3	44.0	24.0	39.0	27.3	51.3	8.7
		近畿	300	92.0	63.3	63.0	56.7	53.3	71.7	55.0	78.0	65.3	85.0	2.0
		中国	300	93.0	45.7	41.7	34.0	30.3	54.3	33.7	53.0	36.0	58.0	2.7
		四国	300	92.3	47.3	43.7	30.3	24.0	47.0	31.7	43.7	34.0	72.0	4.0
		九州	300	77.0	33.0	32.0	17.7	14.7	30.7	15.3	29.7	21.0	38.3	16.7
全体		1,800	74.9	27.2	23.9	17.8	14.1	36.7	16.5	35.0	20.8	45.0	15.4	
Q 8 - 2	全体	1,800	74.9	27.2	23.9	17.8	14.1	36.7	16.5	35.0	20.8	45.0	15.4	
	年代	20代~30代	600	68.5	24.3	19.8	14.2	12.7	27.3	10.5	25.7	13.8	36.3	19.8
		40代~50代	600	75.3	26.3	20.8	14.0	12.8	32.2	13.2	31.3	17.7	41.3	15.8
		60代以上	600	80.8	31.0	31.2	25.3	16.7	50.5	25.8	48.0	31.0	57.3	10.5
		関東	300	64.3	19.0	16.0	12.3	8.0	21.3	7.0	19.3	12.3	25.7	30.3
	居住地	中部	300	77.0	22.0	16.7	12.3	6.3	33.3	12.0	30.0	16.0	38.3	15.3
		近畿	300	73.7	36.3	36.0	33.7	32.7	60.7	31.0	66.7	44.0	75.0	4.7
		中国	300	86.0	29.3	27.7	21.0	17.3	46.0	21.7	41.7	21.3	44.0	7.0
		四国	300	84.0	36.0	30.0	18.0	12.7	40.0	21.0	34.3	21.3	63.3	7.3
		九州	300	64.3	20.7	17.3	9.7	7.3	18.7	6.3	18.0	10.0	23.7	27.7

国内旅行について：兵庫県内で旅行経験のある地区

●実際に旅行に行ったことのある地区は、「神戸地区」が89.8%で、他地区に比べ大幅に割合が高い。次いで「淡路地区」(50.4%)、「中播磨地区」(47.1%)、「但馬地区」(42.3%)の順となっており、旅行経験の割合についても、「中播磨地区」、「但馬地区」は、兵庫県内では高いと言える。

・属性別には、<20～30代>で、中播磨地区と但馬地区への旅行経験が、全体の割合と比較して10%以上低い結果となっている。

Q8-3. 旅行で行ったことのある地区をお選びください。(Q8-2で答えた地区のみ) (MA)

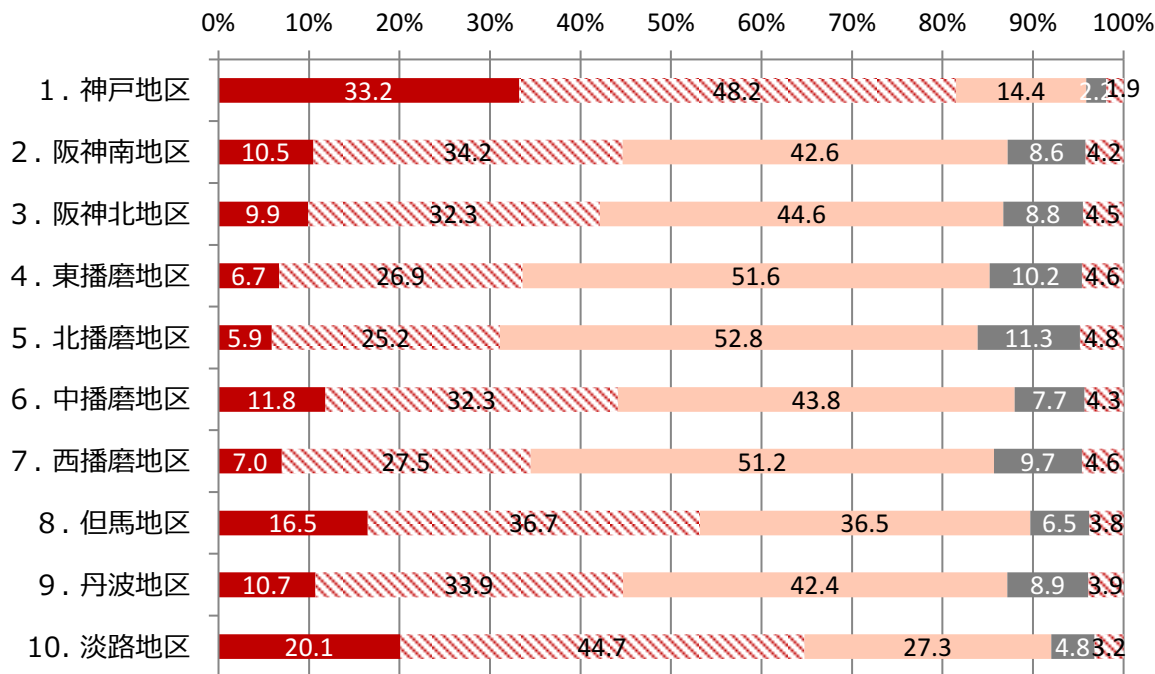


国内旅行について：次の旅行で訪れたい兵庫県の地区（単純集計）

●次に兵庫県に旅行に行く場合、訪れたい地区についてお聞きしたところ、“行きたい”(非常に行きたい+行きたい)と答えた人が最も多かったのは神戸地区(81.4%)で、次いで淡路地区(64.8%)、但馬地区(53.2%)と続く。中播磨地域は“行きたい”と答えた人が44.1%で、兵庫県内で5番目の順位となっている。

・属性別にみると(次ページ以降参照)、但馬地区は、〈近畿在住者〉の「非常に行きたいと思う」の割合が高く、34.0%を占めている。

Q9. 次に兵庫県へ旅行に行くとしたら、どちらの地区へ行きたいと思いますか。(各地区ごとSA)



- 非常に行きたいと思う
- ▨ 行きたいと思う
- どちらともいえない
- あまり行きたいと思わない
- ▨ 行きたいと思わない

	回答者数	と非常に行きたい	行きたいと思う	などどちらともいえない	とあまり行きたい	ない行きたいと思う
1. 神戸地区	1,800	33.2	48.2	14.4	2.2	1.9
2. 阪神南地区	1,800	10.5	34.2	42.6	8.6	4.2
3. 阪神北地区	1,800	9.9	32.3	44.6	8.8	4.5
4. 東播磨地区	1,800	6.7	26.9	51.6	10.2	4.6
5. 北播磨地区	1,800	5.9	25.2	52.8	11.3	4.8
6. 中播磨地区	1,800	11.8	32.3	43.8	7.7	4.3
7. 西播磨地区	1,800	7.0	27.5	51.2	9.7	4.6
8. 但馬地区	1,800	16.5	36.7	36.5	6.5	3.8
9. 丹波地区	1,800	10.7	33.9	42.4	8.9	3.9
10. 淡路地区	1,800	20.1	44.7	27.3	4.8	3.2

国内旅行について：兵庫県内で旅行経験のある地区（クロス集計）

Q 9. 次に兵庫県へ旅行に行くとしたら、どちらの地区へ行きたいと思いますか。(各地区ごとSA)

1. 神戸地区

	回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	ない どちら ともい え	とあまり 行きたい と思わ ない	行きたい と思わ ない
全体	1,800	33.2	48.2	14.4	2.2	1.9
性別						
男性	900	30.9	49.1	15.6	2.3	2.1
女性	900	35.6	47.3	13.2	2.1	1.8
年代						
20代~30代	600	39.3	42.5	12.8	2.2	3.2
40代~50代	600	33.8	48.3	14.3	2.3	1.2
60代以上	600	26.5	53.8	16.0	2.2	1.5
居住地						
関東	300	29.7	46.0	18.0	3.7	2.7
中部	300	30.7	54.3	11.7	0.7	2.7
近畿	300	32.3	47.3	16.7	2.3	1.3
中国	300	41.7	44.7	10.3	2.7	0.7
四国	300	39.7	48.3	10.0	0.7	1.3
九州	300	25.3	48.7	19.7	3.3	3.0

2. 阪神南地区

	回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	ない どちら ともい え	とあまり 行きたい と思わ ない	行きたい と思わ ない
全体	1,800	10.5	34.2	42.6	8.6	4.2
性別						
男性	900	10.8	32.7	42.7	9.0	4.9
女性	900	10.2	35.7	42.4	8.2	3.4
年代						
20代~30代	600	16.3	36.5	35.3	7.2	4.7
40代~50代	600	10.0	34.5	43.7	7.8	4.0
60代以上	600	5.2	31.5	48.7	10.8	3.8
居住地						
関東	300	9.0	28.0	49.3	8.3	5.3
中部	300	9.7	30.3	45.3	10.0	4.7
近畿	300	14.7	38.7	35.7	6.7	4.3
中国	300	11.3	40.3	35.7	10.7	2.0
四国	300	11.0	39.0	40.0	7.3	2.7
九州	300	7.3	28.7	49.3	8.7	6.0

3. 阪神北地区

	回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	ない どちら ともい え	とあまり 行きたい と思わ ない	行きたい と思わ ない
全体	1,800	9.9	32.3	44.6	8.8	4.5
性別						
男性	900	9.0	30.1	46.1	9.4	5.3
女性	900	10.8	34.4	43.0	8.1	3.7
年代						
20代~30代	600	13.7	35.3	39.0	7.0	5.0
40代~50代	600	9.7	31.0	46.5	8.2	4.7
60代以上	600	6.3	30.5	48.2	11.2	3.8
居住地						
関東	300	9.7	22.7	52.3	9.0	6.3
中部	300	9.0	26.3	48.3	10.3	6.0
近畿	300	14.3	37.7	36.0	8.0	4.0
中国	300	9.0	40.7	40.3	8.0	2.0
四国	300	10.0	37.3	41.3	8.7	2.7
九州	300	7.3	29.0	49.0	8.7	6.0

4. 東播磨地区

	回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	ない どちら ともい え	とあまり 行きたい と思わ ない	行きたい と思わ ない
全体	1,800	6.7	26.9	51.6	10.2	4.6
性別						
男性	900	6.1	27.4	50.1	11.3	5.0
女性	900	7.3	26.4	53.0	9.0	4.2
年代						
20代~30代	600	10.2	28.0	45.7	10.5	5.7
40代~50代	600	6.0	25.2	54.8	9.5	4.5
60代以上	600	4.0	27.7	54.2	10.5	3.7
居住地						
関東	300	8.3	21.7	55.0	9.3	5.7
中部	300	7.0	20.7	54.3	12.3	5.7
近畿	300	11.3	36.7	42.0	6.7	3.3
中国	300	5.7	32.0	48.7	11.7	2.0
四国	300	4.0	31.3	50.3	10.0	4.3
九州	300	4.0	19.3	59.0	11.0	6.7

5. 北播磨地区

	回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	ない どちら ともい え	とあまり 行きたい と思わ ない	行きたい と思わ ない
全体	1,800	5.9	25.2	52.8	11.3	4.8
性別						
男性	900	5.1	25.0	52.0	12.6	5.3
女性	900	6.7	25.4	53.6	10.1	4.2
年代						
20代~30代	600	10.0	27.2	46.2	10.8	5.8
40代~50代	600	4.8	24.7	55.0	10.7	4.8
60代以上	600	2.8	23.8	57.2	12.5	3.7
居住地						
関東	300	7.0	19.0	56.3	11.3	6.3
中部	300	5.7	19.0	55.3	14.0	6.0
近畿	300	11.0	35.3	42.0	8.0	3.7
中国	300	5.7	29.3	50.7	12.0	2.3
四国	300	3.7	29.0	52.3	11.0	4.0
九州	300	2.3	19.7	60.0	11.7	6.3

6. 中播磨地区

	回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	ない どちら ともい え	とあまり 行きたい と思わ ない	行きたい と思わ ない
全体	1,800	11.8	32.3	43.8	7.7	4.3
性別						
男性	900	11.2	31.4	44.2	8.2	4.9
女性	900	12.4	33.2	43.4	7.1	3.8
年代						
20代~30代	600	15.2	32.7	39.2	7.3	5.7
40代~50代	600	10.0	30.7	47.3	7.8	4.2
60代以上	600	10.3	33.7	45.0	7.8	3.2
居住地						
関東	300	14.3	24.3	48.7	6.7	6.0
中部	300	14.0	29.3	43.3	8.0	5.3
近畿	300	15.3	37.3	38.0	6.0	3.3
中国	300	12.3	38.7	38.7	8.3	2.0
四国	300	8.0	38.0	43.0	7.7	3.3
九州	300	7.0	26.3	51.3	9.3	6.0

国内旅行について：兵庫県内で旅行経験のある地区（クロス集計）

Q 9. 次に兵庫県へ旅行に行くとしたら、どちらの地区へ行きたいと思いますか。(各地区ごとSA)

7. 西播磨地区

		回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	な ど ち ら と も い え	と あ ま り 行 き た い	な い 行 き た い と 思 わ
全体		1,800	7.0	27.5	51.2	9.7	4.6
性別	男性	900	7.3	26.3	51.1	10.0	5.2
	女性	900	6.7	28.7	51.3	9.4	3.9
年代	20代～30代	600	10.7	27.0	46.7	10.3	5.3
	40代～50代	600	5.7	26.3	53.5	9.7	4.8
	60代以上	600	4.7	29.2	53.5	9.2	3.5
居住地	関東	300	7.3	23.0	53.7	9.7	6.3
	中部	300	6.7	23.3	52.7	12.0	5.3
	近畿	300	13.7	36.3	41.7	5.7	2.7
	中国	300	6.3	31.7	49.3	10.3	2.3
	四国	300	4.7	30.7	50.0	11.0	3.7
九州	300	3.3	20.0	60.0	9.7	7.0	

8. 但馬地区

		回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	な ど ち ら と も い え	と あ ま り 行 き た い	な い 行 き た い と 思 わ
全体		1,800	16.5	36.7	36.5	6.5	3.8
性別	男性	900	18.2	37.0	35.0	5.6	4.2
	女性	900	14.8	36.4	38.0	7.4	3.3
年代	20代～30代	600	18.0	32.5	38.0	7.2	4.3
	40代～50代	600	15.0	34.5	39.7	6.8	4.0
	60代以上	600	16.5	43.2	31.8	5.5	3.0
居住地	関東	300	15.0	29.0	43.0	7.0	6.0
	中部	300	12.7	37.3	38.0	7.0	5.0
	近畿	300	34.0	40.0	22.0	2.3	1.7
	中国	300	16.3	43.3	30.3	8.3	1.7
	四国	300	15.7	37.3	38.7	6.3	2.0
九州	300	5.3	33.3	47.0	8.0	6.3	

9. 丹波地区

		回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	な ど ち ら と も い え	と あ ま り 行 き た い	な い 行 き た い と 思 わ
全体		1,800	10.7	33.9	42.4	8.9	3.9
性別	男性	900	11.1	34.0	41.6	8.9	4.4
	女性	900	10.3	33.9	43.3	9.0	3.4
年代	20代～30代	600	13.5	29.8	42.0	10.0	4.7
	40代～50代	600	10.3	33.2	44.2	8.3	4.0
	60代以上	600	8.3	38.8	41.2	8.5	3.2
居住地	関東	300	11.0	27.7	48.0	7.0	6.3
	中部	300	8.3	34.3	42.7	9.7	5.0
	近畿	300	20.7	42.3	29.3	6.7	1.0
	中国	300	10.7	34.7	40.0	12.3	2.3
	四国	300	9.3	36.3	44.7	7.3	2.3
九州	300	4.3	28.3	50.0	10.7	6.7	

10. 淡路地区

		回答者数	と非常に 思うに 行きたい	行きたい と思う	な ど ち ら と も い え	と あ ま り 行 き た い	な い 行 き た い と 思 わ
全体		1,800	20.1	44.7	27.3	4.8	3.2
性別	男性	900	19.0	45.7	26.9	5.0	3.4
	女性	900	21.1	43.7	27.7	4.7	2.9
年代	20代～30代	600	23.5	39.5	27.8	5.7	3.5
	40代～50代	600	18.7	44.5	29.3	4.2	3.3
	60代以上	600	18.0	50.0	24.7	4.7	2.7
居住地	関東	300	20.0	36.7	33.7	5.0	4.7
	中部	300	19.7	46.7	24.7	5.3	3.7
	近畿	300	33.7	46.7	16.0	3.0	0.7
	中国	300	17.7	50.0	25.7	4.7	2.0
	四国	300	18.3	48.7	27.3	3.3	2.3
九州	300	11.0	39.3	36.3	7.7	5.7	

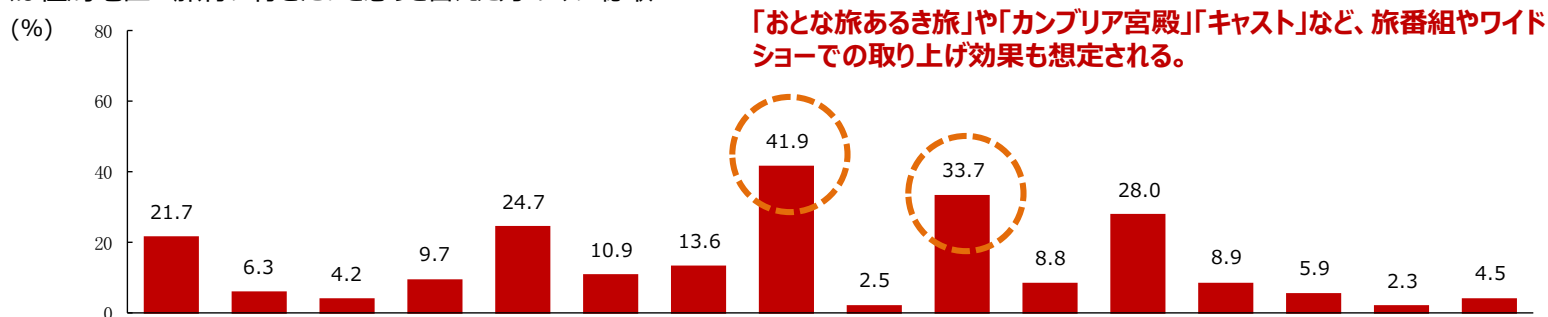
国内旅行について：中播磨地区、但馬地区への旅行に関心をもつきっかけとなった情報源

●両地区への旅行に関心をもつきっかけとなった情報源としては、「テレビ番組」が41.9%で最も多かった。次いで「旅行雑誌」(33.7%)、「旅行ガイドブック」(28.0%)の旅行情報誌の割合も高くなっており、全体的にみると、オフラインの情報源の割合が高い傾向にあると言える。

・属性別にみると、<20～30代>では、全体の数値と比較して、「テレビ番組」の割合が10ポイント以上低く、「SNS」の割合が9.3ポイント高い。<60代以上>では、全体の数値と比べて、「新聞記事」の割合が10ポイント以上高く、「テレビ番組」の割合も8.8ポイント高い。

Q10. 中播磨地区、但馬地区への旅行に関心をもつきっかけとなった情報源について以下よりあてはまるものを全てお選びください。(MA)

※Q9で中播磨地区もしくは但馬地区へ旅行に行きたいと思うと答えた方のみに聴取



「おとな旅あるき旅」や「カンブリア宮殿」「キャスト」など、旅番組やワイドショーでの取り上げ効果も想定される。

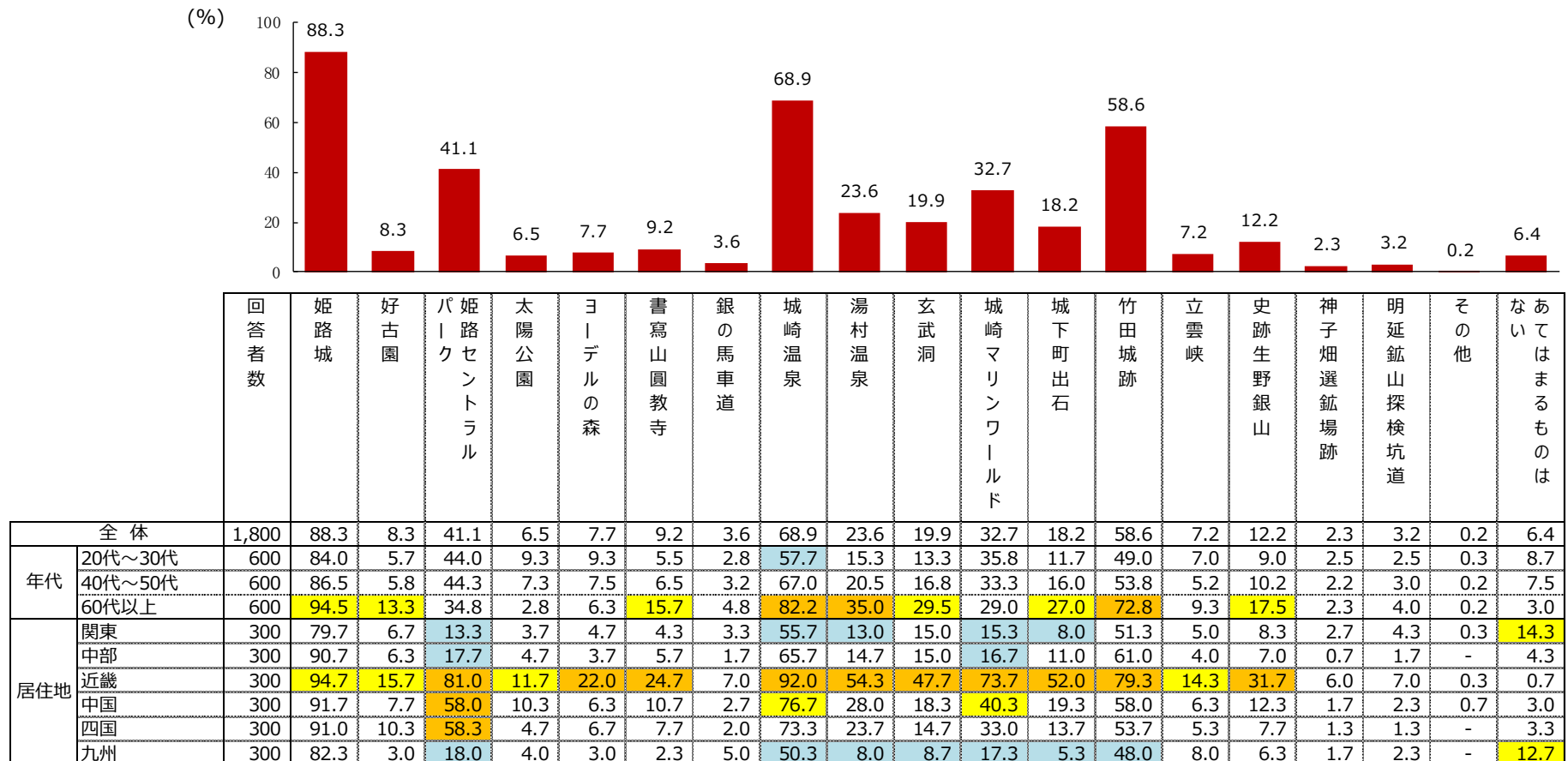
回答者数		公式ウェブサイト	ブログ	動画サイト (YouTube など)	SNS (Facebook、Instagram など)	観光関連の情報サイト (トリップアドバイザーなど)	旅行会社の店頭	旅行会社のホームページ	テレビ番組	ラジオ番組	旅行雑誌	その他雑誌	旅行ガイドブック	新聞記事	新聞に掲載されている旅行商品の広告	街頭・交通広告	その他	
全体		649	21.7	6.3	4.2	9.7	24.7	10.9	13.6	41.9	2.5	33.7	8.8	28.0	8.9	5.9	2.3	4.5
年代	20代～30代	232	25.4	9.5	5.2	19.0	28.9	13.4	15.1	31.0	3.0	32.3	6.5	31.9	3.9	2.2	2.2	2.6
	40代～50代	204	22.1	5.9	3.4	7.8	25.0	9.3	9.3	45.1	2.0	30.9	10.3	23.5	3.9	4.9	2.5	4.4
	60代以上	213	17.4	3.3	3.8	1.4	19.7	9.9	16.0	50.7	2.3	38.0	9.9	28.2	19.2	10.8	2.3	6.6
居住地	関東	95	20.0	8.4	5.3	8.4	24.2	13.7	15.8	45.3	4.2	25.3	11.6	30.5	11.6	6.3	4.2	4.2
	中部	97	22.7	5.2	4.1	12.4	28.9	13.4	20.6	45.4	2.1	38.1	9.3	28.9	12.4	8.2	1.0	3.1
	近畿	147	21.1	4.8	2.0	8.8	21.1	10.2	12.2	43.5	2.0	34.7	4.1	31.3	9.5	6.1	2.0	4.8
	中国	130	20.8	6.2	3.1	9.2	26.9	10.8	12.3	37.7	2.3	40.0	10.0	23.8	9.2	3.8	2.3	6.2
	四国	108	22.2	8.3	6.5	7.4	21.3	7.4	5.6	38.9	1.9	27.8	13.0	25.0	4.6	6.5	3.7	3.7
九州	72	25.0	5.6	5.6	13.9	27.8	11.1	18.1	41.7	2.8	34.7	5.6	29.2	5.6	4.2	-	4.2	

国内旅行について：中播磨地区、但馬地区の主要観光地の認知度

●両地区主要観光地の中では、「姫路城」(88.3%)の認知度が最も高く、次いで「城崎温泉」(68.9%)、「竹田城跡」(58.6%)の順で認知度が高い。「史跡生野銀山」の認知度は12.2%で、「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」関連観光施設の中で、唯一10%以上の認知度のある施設となっている。

・属性別にみると、「史跡生野銀山」の認知度は、<60代以上>で17.5%と2割近くに上る。また、<近畿在住者>では、31.7%と3割以上が本施設を知っている。他当日本遺産関連観光施設は、属性別で大きな認知度の差はみられなかった。

Q11. 次に挙げる中播磨地区、但馬地区の観光地の中でご存知のものを全てお選びください。(MA)



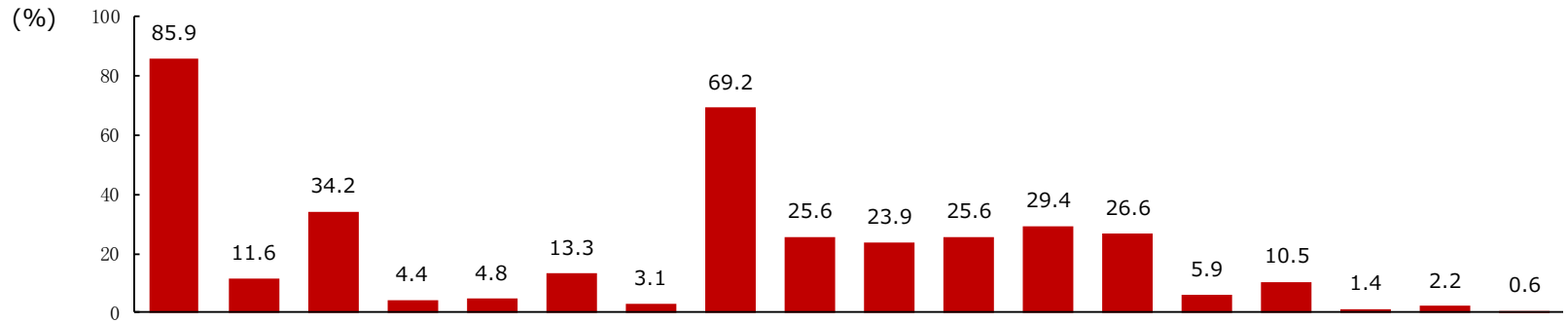
国内旅行について：中播磨地区、但馬地区の主要観光地への来訪経験

●両地区主要観光地への来訪経験は、「姫路城」(85.9%) が最も高く、次いで「城崎温泉」(69.2%)と続く。「竹田城跡」は認知度は高かったものの、来訪経験では26.6%と、あまり高くない。「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」関連観光施設では、認知度と並んで、「史跡生野銀山」の来訪経験が最も多く、10%を超えている。

・属性別にみると、＜近畿在住者＞では、中播磨地区、もしくは但馬地区へ旅行したことのある人の内、20.1%が生野銀山への来訪経験があった。

Q12. 中播磨地区、但馬地区のどちらへ行かれましたか。以下より行ったことのある観光地を全てお選びください。(MA)

※Q8-3で中播磨地区もしくは但馬地区に旅行したことがあると答えた方のみ聴取



全体と比較し
は+10%以上
は+5%以上10%未満
は-10%以上

回答者数	姫路城	好古園	ク姫路セントラルパーク	太陽公園	ヨーデルの森	書寫山圓教寺	銀の馬車道	城崎温泉	湯村温泉	玄武洞	ワ城崎マリン	城下町出石	竹田城跡	立雲峡	史跡生野銀山	神子畑選鉱場跡	明延鉱山探検坑道	その他		
全体	640	85.9	11.6	34.2	4.4	4.8	13.3	3.1	69.2	25.6	23.9	25.6	29.4	26.6	5.9	10.5	1.4	2.2	0.6	
居住地	関東	59	89.8	13.6	15.3	1.7	5.1	6.8	3.4	69.5	11.9	23.7	6.8	16.9	15.3	5.1	3.4	1.7	1.7	1.7
	中部	92	90.2	7.6	15.2	3.3	3.3	7.6	2.2	55.4	10.9	14.1	10.9	16.3	23.9	2.2	7.6	-	-	-
	近畿	189	81.5	13.8	48.1	6.9	7.9	21.7	4.8	88.9	42.9	42.9	50.3	52.4	29.1	9.5	20.1	3.2	4.8	0.5
	中国	129	86.8	9.3	36.4	3.9	3.9	11.6	2.3	67.4	24.8	14.7	24.8	26.4	22.5	1.6	6.2	-	0.8	1.6
	四国	117	87.2	14.5	46.2	3.4	3.4	12.0	0.9	58.1	24.8	16.2	17.9	22.2	33.3	6.0	7.7	-	0.9	-
	九州	54	85.2	7.4	7.4	3.7	1.9	7.4	5.6	51.9	9.3	13.0	3.7	7.4	29.6	11.1	5.6	3.7	3.7	-

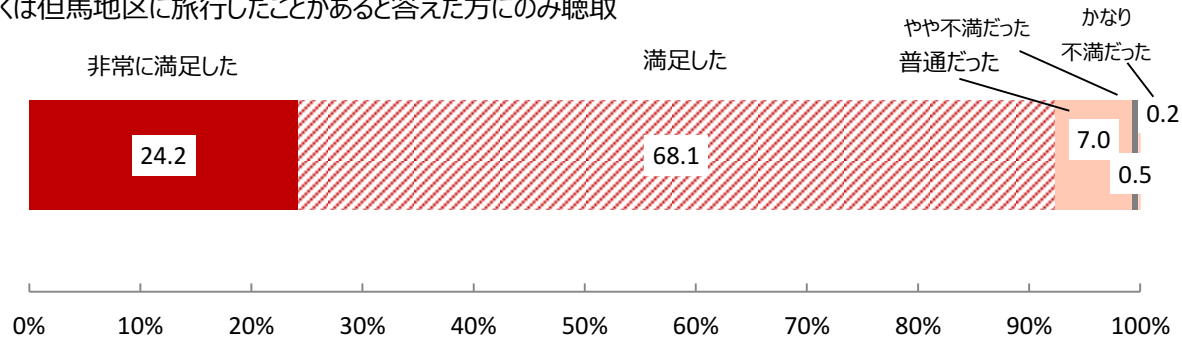
国内旅行について：中播磨地区、但馬地区旅行の満足度

●両地区の旅行について、「非常に満足した」の割合は24.2%、「満足した」は68.1%で、92.3%の人が、“満足した”と回答しており、満足度は高い。

・属性別にみると、<20代～30代>で、「非常に満足した」と答えた人の割合が多く、全体の割合と比較しても10ポイント以上高くなっている。居住地ごとでみると、<関東および中部在住者>で「非常に満足した」の割合が、全体の割合と比較してやや高くなっている。

Q13. これら中播磨地区、但馬地区への旅行に満足されましたか。(SA)

※Q8-3で中播磨地区もしくは但馬地区に旅行したことがあると答えた方のみ聴取



		回答者数	非常に満足した	満足した	普通だった	やや不満だった	だかなり不満
全体		640	24.2	68.1	7.0	0.5	0.2
性別	男性	344	21.2	70.3	7.3	0.9	0.3
	女性	296	27.7	65.5	6.8	-	-
年代	20代～30代	158	34.8	58.2	5.1	1.3	0.6
	40代～50代	187	24.1	66.3	9.1	0.5	-
	60代以上	295	18.6	74.6	6.8	-	-
居住地	関東	59	30.5	66.1	3.4	-	-
	中部	92	29.3	63.0	6.5	1.1	-
	近畿	189	28.0	64.6	6.9	0.5	-
	中国	129	20.2	72.1	6.2	0.8	0.8
	四国	117	17.1	73.5	9.4	-	-
	九州	54	20.4	70.4	9.3	-	-

全体と比較し	
オレンジ	は+10%以上
黄色	は+5%以上10%未満
青	は-10%以上

国内旅行について：中播磨地区、但馬地区旅行の推奨度

●当地域の推奨度を11段階でお聞きしたところ、「8(中立者)」と答えた人が31.9%で最も多く、次いで「7(中立者)」23.3%と続く。

・属性別には、目立った差は見られなかった。

●当地域の観光NPSは-6.4であった。

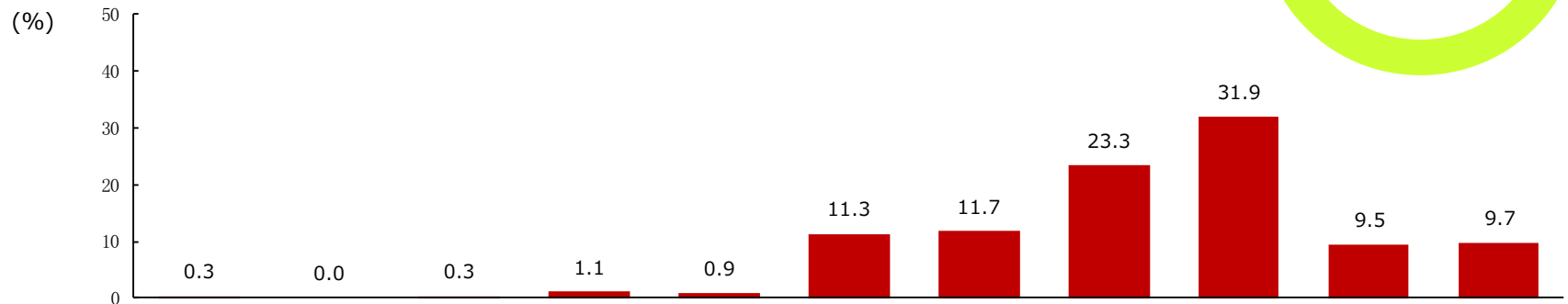
現地調査での、播但地区のNPS(-24.9)、姫路城のNPS(-27.7)、竹田城跡のNPS(-26.1)、城崎温泉のNPS(-20.5)

地区への満足度を裏付けする、NPSの結果であると思われる。

観光NPS
-6.4

Q14. これら中播磨地区、但馬地区への旅行を友人・知人に勧める可能性はどのくらいありますか。(SA)

※Q8-3で中播磨地区もしくは但馬地区に旅行したことがあると答えた方にのみ聴取

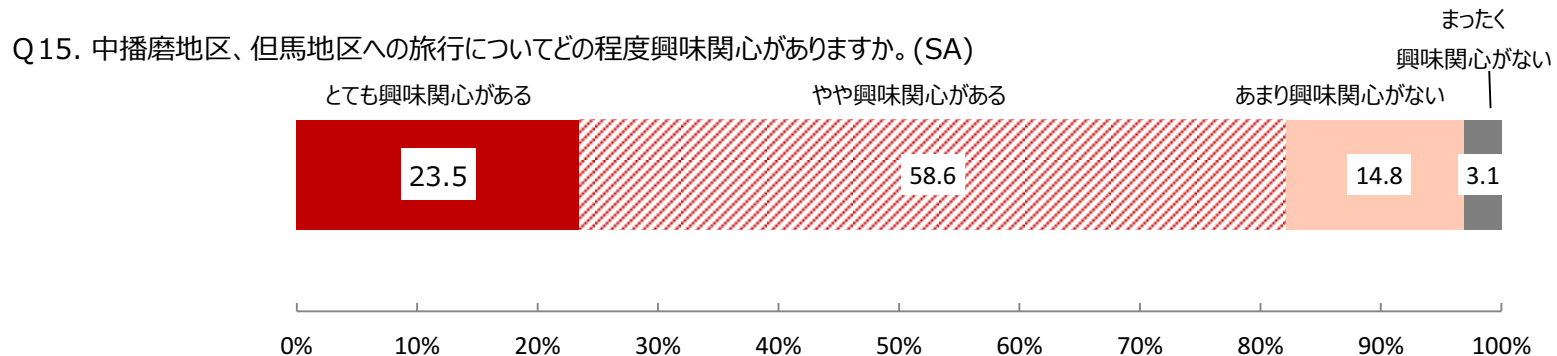


	回答者数	批判者						中立者		推奨者			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
全体	640	0.3	-	0.3	1.1	0.9	11.3	11.7	23.3	31.9	9.5	9.7	
性別	男性	344	0.6	-	0.6	1.7	0.9	11.0	11.3	24.4	31.1	10.2	8.1
	女性	296	-	-	-	0.3	1.0	11.5	12.2	22.0	32.8	8.8	11.5
年代	20代~30代	158	-	-	0.6	1.3	0.6	9.5	9.5	26.6	29.1	11.4	11.4
	40代~50代	187	-	-	-	2.1	1.1	13.9	12.8	18.2	32.6	7.0	12.3
	60代以上	295	0.7	-	0.3	0.3	1.0	10.5	12.2	24.7	32.9	10.2	7.1

国内旅行について：中播磨地区、但馬地区旅行への興味・関心

●両地区への旅行について、どの程度関心があるかお聞きしたところ、「とても興味関心がある」が23.5%、「やや興味関心がある」が58.6%で、82.1%の人が「興味関心がある」と回答した。

・属性別には、＜近畿および中国居住者＞の「とても興味関心がある」の割合が他地域に比べて高い。

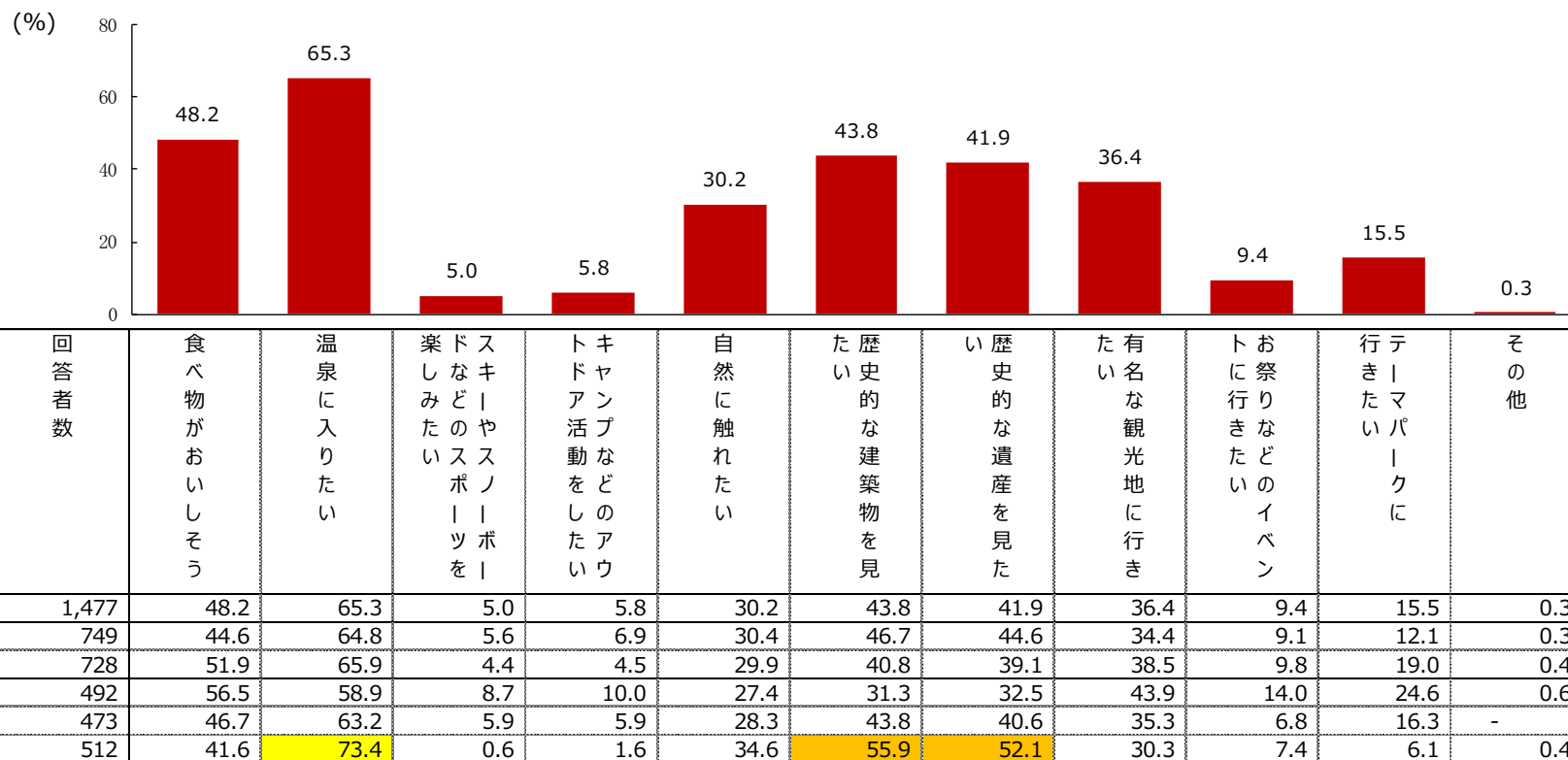


		回答者数	とても興味関心がある	やや興味関心がある	あまり興味関心がない	まったく興味関心がない
全体		1,800	23.5	58.6	14.8	3.1
性別	男性	900	23.9	59.3	14.3	2.4
	女性	900	23.1	57.8	15.3	3.8
年代	20代～30代	600	26.7	55.3	13.0	5.0
	40代～50代	600	21.7	57.2	18.3	2.8
	60代以上	600	22.2	63.2	13.2	1.5
居住地	関東	300	20.7	55.3	17.7	6.3
	中部	300	23.3	59.7	15.0	2.0
	近畿	300	29.0	59.7	9.3	2.0
	中国	300	28.7	59.3	10.3	1.7
	四国	300	24.0	63.3	11.3	1.3
	九州	300	15.3	54.0	25.3	5.3

国内旅行について：中播磨地区、但馬地区旅行へ興味・関心を持った理由

●両地区への旅行について、興味関心をもった理由として、「温泉に入りたい」が65.3%で最も高かった。次いで、「食べ物がおいしい」(48.2%)、「歴史歴な建築物を見たい」(43.8%)、「歴史的な遺産を見たい」(41.9%)と答えた人も4割を超える。
・属性別にみると、各性別、各年齢とも、「温泉に入りたい」の割合が最も高い。＜60代以上＞では、「歴史的な建築物を見たい」(55.9%)、「歴史的な遺産を見たい」(52.1%)の割合が高く、歴史的な建築物や遺跡への興味が高い傾向にある。

Q16. 中播磨地区、但馬地区への旅行に興味関心がある理由としてあてはまるものを全てお選びください。(MA)
※Q15で中播磨地区、但馬地区への旅行に興味関心があると答えた方のみ聴取

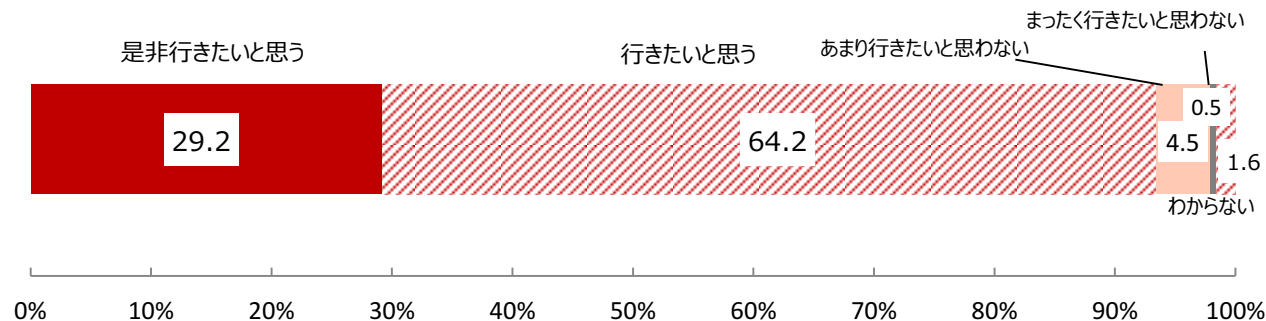


国内旅行について：中播磨地区、但馬地区旅行への再訪意向

●両地区への再訪意向については、「是非行きたいと思う」が29.2%、「行きたいと思う」が64.2%で、93.4%の人が“行きたい”と回答しており、再訪意向は高い。

Q17. 今後、中播磨地区、但馬地区へもう一度行きたいと思えますか。(SA)

※Q8-3で中播磨地区もしくは但馬地区に旅行したことがあると答えた方のみ聴取



		回答者数	是非行きたいと思う	行きたいと思う	あまり行きたいと思わない	まったく行きたいと思わない	わからない
全体		640	29.2	64.2	4.5	0.5	1.6
性別	男性	344	31.4	63.1	3.5	0.6	1.5
	女性	296	26.7	65.5	5.7	0.3	1.7
年代	20代～30代	158	34.2	61.4	2.5	1.3	0.6
	40代～50代	187	34.2	59.9	3.7	0.5	1.6
	60代以上	295	23.4	68.5	6.1	-	2.0

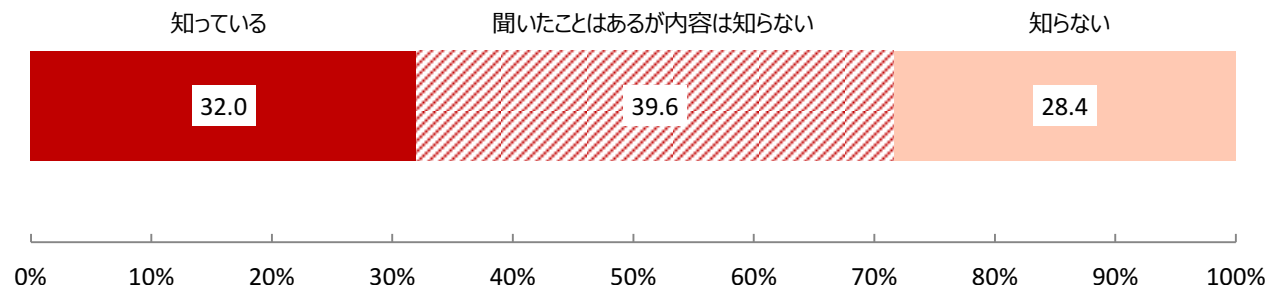
全体と比較し
 は+10%以上
 は+5%以上10%未満
 は-10%以上

日本遺産について：日本遺産の認知度

●日本遺産を「知っている」と答えた人が32.0%、「聞いたことがあるが内容は知らない」が39.6%で、71.1%の人が、日本遺産という言葉を知ったことがあると回答した。

※但し、今まで訪れたことのある日本遺産名を自由意見でお聞きすると、「世界遺産」等の他の資源と勘違いしている回答が4割程度みられたため、実際の「日本遺産」の認知度はこれより低い可能性が高い。

Q18. 『日本遺産』という言葉をご存知ですか。(SA)



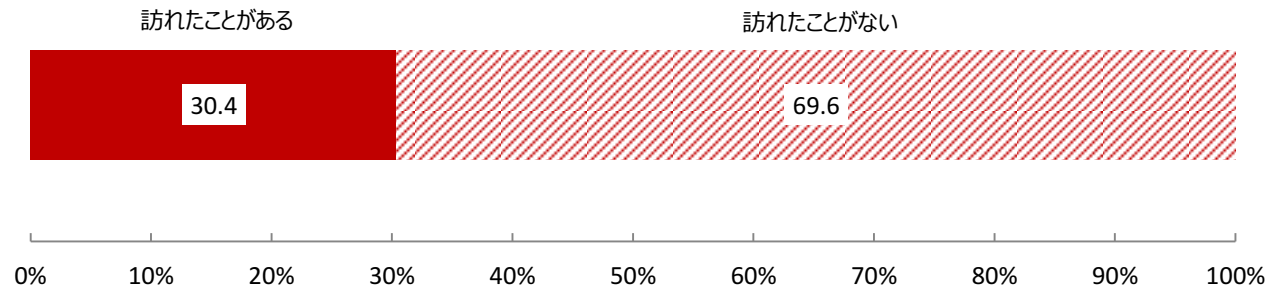
		回答者数	知っている	聞いたことがあるが内容は知らない	知らない
全体		1,800	32.0	39.6	28.4
性別	男性	900	33.3	38.0	28.7
	女性	900	30.7	41.1	28.2
年代	20代～30代	600	34.7	35.3	30.0
	40代～50代	600	29.7	41.2	29.2
	60代以上	600	31.7	42.2	26.2
居住地	関東	300	26.7	40.3	33.0
	中部	300	24.3	44.3	31.3
	近畿	300	35.3	35.0	29.7
	中国	300	38.7	40.7	20.7
	四国	300	34.7	39.3	26.0
	九州	300	32.3	37.7	30.0

全体と比較し
 は+10%以上
 は+5%以上10%未満
 は-10%以上

●日本遺産に「訪れたことがある」人の割合は全体の30.4%であった。

※但し、今まで訪れたことのある日本遺産名を自由意見でお聞きすると、「世界遺産」等の他の資源と勘違いしている回答が4割程度みられたため、実際の「日本遺産」への訪問割合は、これより低い可能性が高い。

Q19. 『日本遺産』を訪れたことはありますか。(SA)



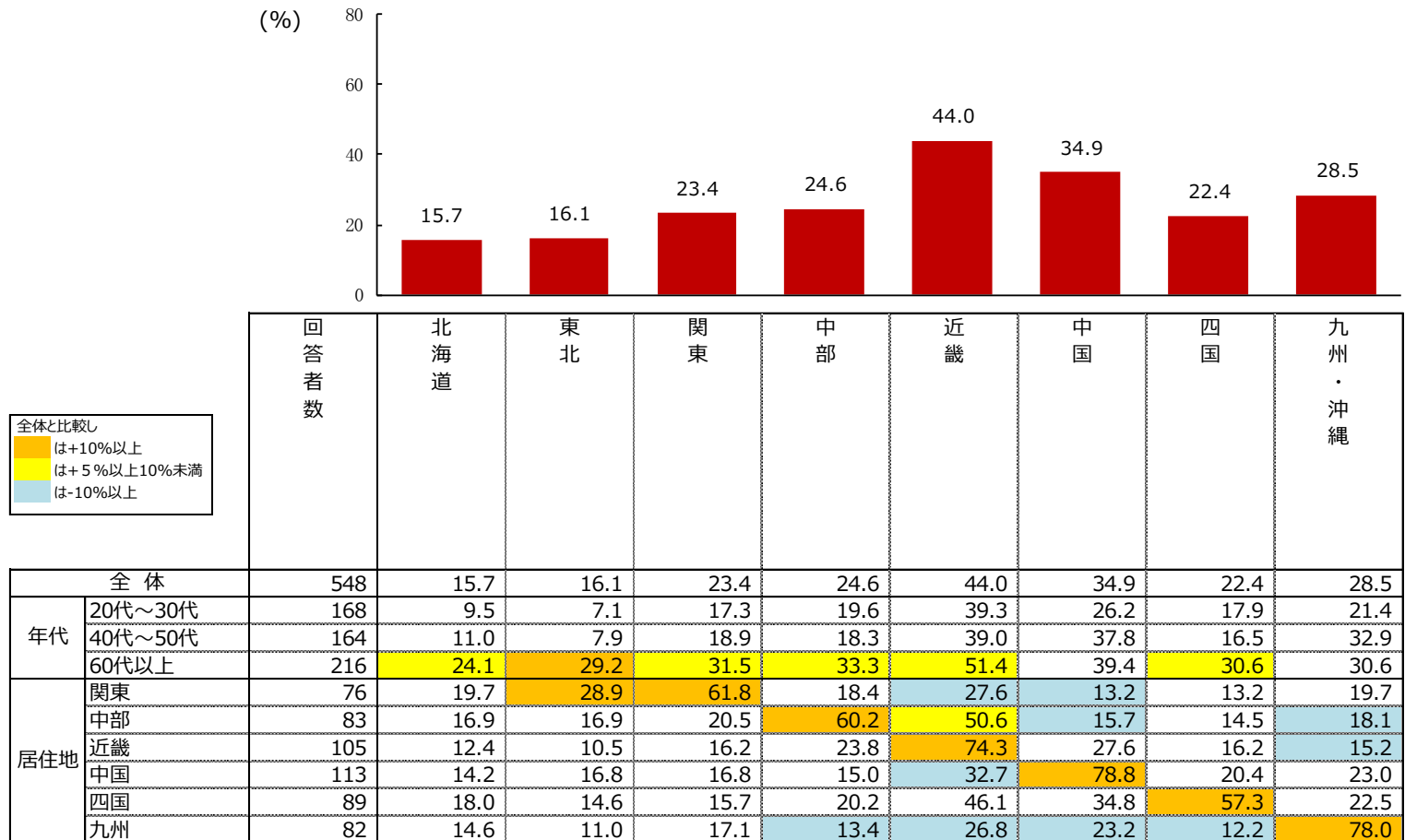
		回答者数	訪れたことがある	訪れたことがない
全体		1,800	30.4	69.6
年代	20代～30代	600	28.0	72.0
	40代～50代	600	27.3	72.7
	60代以上	600	36.0	64.0
居住地	関東	300	25.3	74.7
	中部	300	27.7	72.3
	近畿	300	35.0	65.0
	中国	300	37.7	62.3
	四国	300	29.7	70.3
	九州	300	27.3	72.7

日本遺産について：来訪経験のある日本遺産・所在地域

- 訪れた日本遺産のある地域は「近畿」が44.0%、「中国」34.9%、「九州・沖縄」が28.5%と続く。
- ・属性別にみると、全地域とも、<60代以上>の来訪者が、他年代に比べて多い傾向にある。また、居住地別にみると、各地域とも、居住地域や、居住地に近い地域の日本遺産を訪れる傾向にある。

Q20. 訪れた日本遺産の地域と日本遺産名をお答えください。(MA)

※Q19で日本遺産を訪れたことがあると答えた方のみ聴取



日本遺産について：来訪経験のある日本遺産・所在地域（自由意見）

●訪れたことのある日本遺産（自由意見）

複数地域	
日本遺産名	件数
荒波を超えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～	25
軍港都市 横須賀・呉・佐世保・舞鶴	21
近世日本の教育遺産群-学ぶ心礼節の本源-	15
“日本最大の海賊”の本拠地：芸予諸島～よみがえる村上海賊“Murakami KAIZOKU”の記憶～	14
関門“ノスタルジック”海峡～時の停車場、近代化の記憶～	9
忍びの里 伊賀・甲賀-リアル忍者を求めて-	7
きっと恋する六古窯-日本生まれの日本育ちのやきもの産地	4
1400年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」～竹内街道・横大路(大道)～	2
北海道	
日本遺産名	件数
江差の五月は江戸にもない-ニシンの繁栄が息づく町-	15
東北地方	
日本遺産名	件数
政宗が育んだ“伊達”な文化	17
会津の三十三観音めぐり～巡礼を通して観た往時の会津の文化～	10
自然と信仰が息づく「生まれかわりの旅」～樹齢300年を超える杉並木に	5
つつまれた2,446段の石段から始まる出羽三山	4
サムライゆかりのシルク 日本近代化の原風景に出会うまち鶴岡へ	4
未来を抱いた「一本の水路」-大久保利通“最期の夢”と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代-	3
関東地方	
日本遺産名	件数
「いざ、鎌倉」～歴史と文化が描くモザイク画のまちへ～	48
かかあ天下-ぐんまの絹物語	7
「北前四都市江戸紀行・江戸を感じる北総の町並み」 -佐倉・成田・佐原・銚子：百万都市江戸を支えた江戸近郊の四つの代表的町並み群-	5
江戸庶民の信仰と行楽の地～巨大な木太刀を担いで「大山詣り」～	4
和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田	3
中部地方	
日本遺産名	件数
【「信長のおもてなし」が息づく戦国城下町・岐阜】	20
・飛騨匠の技・こころ-木とともに、今引き継ぐ1300年-	18
木曾路はすべての山の中～山を守り山に生きる～	13
灯り舞う半島 能登～熱狂のキリコ祭り～	7
海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国若狭と鯖街道～	7
加賀前田家ゆかりの町民文化が咲くまち高岡-人、技、心-	3
祈る皇女斎王のみやこ 斎宮	2
『珠玉と歩む物語』小松～時の流れの中で磨き上げた医師の文化～	2
「なんだ、コレは！」信濃川流域の火焰型土器と雪国の文化	1

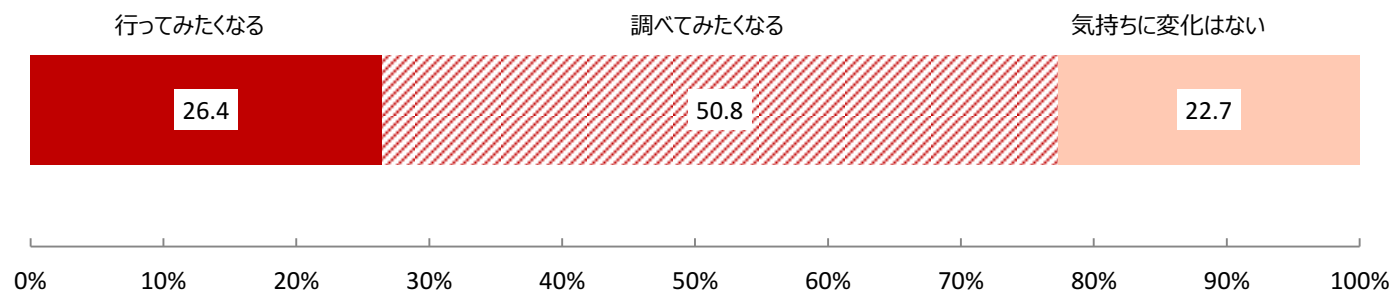
近畿地方	
日本遺産名	件数
「琵琶湖とその水辺景観-祈りと暮らしの水遺産」	42
丹波篠山 デカンショ節-民謡に乗せて歌い継ぐふるさとの記憶-	12
日本茶800年の歴史散歩	11
「鯨とともに生きる」	11
『古事記』の冒頭を飾る「国生みの島・淡路」～古代国家を支えた海人の営み～	10
「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」～資源大国日本の記憶をたどる73kmの轍～	8
300年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊	7
「日本国創成のとき-飛鳥を翔た女性たち-」	6
森に育まれ、森を育んだ人々の暮らしとところ～美林連なる造林発祥の地“吉野”	5
絶景の宝庫 和歌の浦	5
「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅	2
四国地方	
日本遺産名	件数
「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～	61
森林鉄道から日本一のゆずロードへ -ゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化-	5
中国地方	
日本遺産名	件数
津和野今昔～百景図を歩く～	25
一輪の綿花から始める倉敷物語～和と洋が織りなす織維のまち～	24
出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～	17
【尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市】	12
六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のランド泉～	5
日が沈む聖地出雲～紙が創り出した地の夕日を巡る～	4
九州・沖縄地方	
日本遺産名	件数
古代日本の「西の都」～東アジアとの交流拠点～	37
国境の島 壱岐・対馬・五島～古代からの架け橋～	21
やばけい遊覧～大地に描いた山水絵巻の道をゆく	10
【日本磁器のふるさと 肥前～百花繚乱のやきもの散歩～】	8
相良700年が生んだ保守と進取の文化～日本でもっとも豊かな隠れ里 -人吉球磨～	7
米作り、二千年にわたる大地の記憶～菊池川流域「今昔『水稲』物語」～	3

日本遺産について：日本遺産に認定されていることが分かった場合の、その地域への興味・関心の変化

- 日本遺産に認定されていることが分かった場合、「行ってみたいくなる」と答えた人は26.4%、「調べてみたいくなる」と答えた人は50.8%で、77.2%の人が、日本遺産に認定されていることを知った場合、興味・関心が増すと回答した。
・属性別にみると、性別間、年代間で、各項目の割合は、ほぼ同様であった。

実査での反応と同じく、日本遺産は興味関心の高い内容であり、来訪目的になりえる観光資源であると考えられる。

Q21. 『日本遺産』に認定されていることが分かった場合、その地域への興味・関心に変化はありますか。(SA)

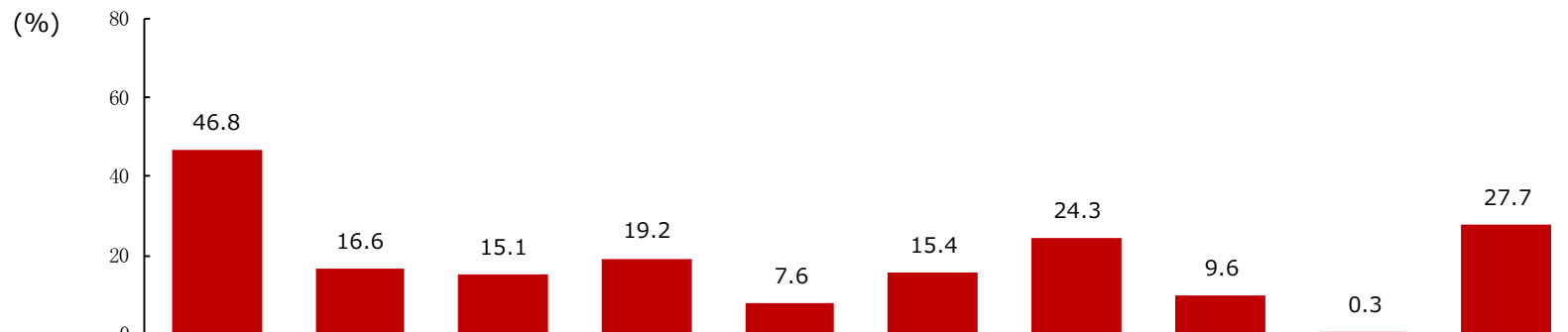


		回答者数	な 行 る っ て み た く	な 調 る べ て み た く	な 気 い 持 ち に 変 化 は
全 体		1,800	26.4	50.8	22.7
性別	男性	900	25.4	51.9	22.7
	女性	900	27.4	49.8	22.8
年代	20代～30代	600	28.7	50.2	21.2
	40代～50代	600	24.8	51.0	24.2
	60代以上	600	25.8	51.3	22.8

日本遺産について：産業的な遺物・遺跡への興味・関心

●産業的な遺産・遺構について興味・関心を持つ理由としては、「歴史的な建物や遺跡を見るのが好きだから」と答えた人が46.8%で最も多かった。「産業を通じた街並みを感じるのが好きだから」が24.3%で2番目に多く、歴史的な建物や街並みを理由に、興味・関心をもつ人が多い。但し、「関心がない」と答えた人も27.7%おり、3割近くが関心を持っていない。
・属性別にみると、男女別では、＜女性＞の「このようなものに興味関心はない」の割合が男性より10ポイント程度高い。また、「工場跡や工業に関連する遺構などを見るのが好きだから」、「昔の機械など、メカニクなものを見るのが好きだから」といった選択肢では、男女間での割合の差が大きくなっている。

Q22. あなたは、「鉱山・炭鉱跡」や「工場跡」のような、ある時代において、その地域に根付いていた、産業の姿を伝える遺物や遺跡を観光地化したものに興味関心はありますか。また、興味があるとしたら、そのような遺物や遺跡に興味関心を持たれる理由を教えてください。(MA)



回答者数	見歴史的な建物や遺跡を見るのが好きだから	の産業が好きだから	好きな工場跡や工業に関連する遺跡を見るのが好きだから	か写真に撮るのが好きだから	るる工場の遺構や工業に関連する遺跡を見るのが好きだから	が二昔の機械など、メカニクなものを見るのが好きだから	感産業を通じた街並みから	廃墟が好きだから	その他	関このはようなものに興味		
全体	1,800	46.8	16.6	15.1	19.2	7.6	15.4	24.3	9.6	0.3	27.7	
性別	男性	900	48.2	20.4	20.0	21.2	10.7	22.7	11.9	0.1	22.6	
	女性	900	45.4	12.7	10.2	17.1	4.6	8.1	22.7	7.2	0.6	32.8
年代	20代～30代	600	42.7	16.0	14.7	20.5	10.3	14.3	24.3	11.7	0.2	28.2
	40代～50代	600	45.0	15.8	15.7	17.7	6.5	15.5	23.5	10.3	0.7	27.7
	60代以上	600	52.8	17.8	15.0	19.3	6.0	16.3	25.2	6.7	0.2	27.2

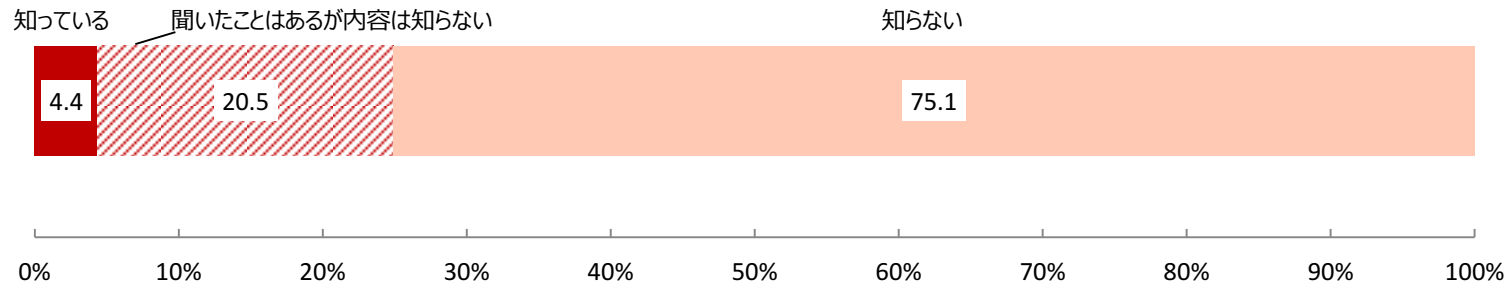
日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の認知度

●「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」（以下、当日本遺産と呼称）を「知っている」と答えた人が4.4%、「聞いたことがあるが内容は知らない」が20.5%で、24.9%の人が、当日本遺産を認知していると回答した。

・属性別にみると、＜近畿、中国、四国居住者＞では、当日本遺産を知っている・聞いたことがある人の割合が30%前後となっており、特に、他地域居住者に比べ、「聞いたことはあるが内容は知らない」の割合が高い。

実査での反応と同じく、認知度向上は今後の主要課題。コピー、キャラクター、ビジュアル、露出などの工夫と継続的な訴求が重要。

Q23. 今年の4月に新たに認定された日本遺産「播但貫く 銀の馬車道 鉱石の道」を知っていますか。



		回答者数	知っている	聞いたことがあるが内容は知らない	知らない
全体		1,800	4.4	20.5	75.1
性別	男性	900	5.3	21.6	73.1
	女性	900	3.6	19.4	77.0
年代	20代～30代	600	5.3	20.5	74.2
	40代～50代	600	4.0	17.8	78.2
	60代以上	600	4.0	23.2	72.8
居住地	関東	300	3.7	14.7	81.7
	中部	300	2.7	16.3	81.0
	近畿	300	8.0	28.7	63.3
	中国	300	5.0	24.7	70.3
	四国	300	4.0	23.7	72.3
	九州	300	3.3	15.0	81.7

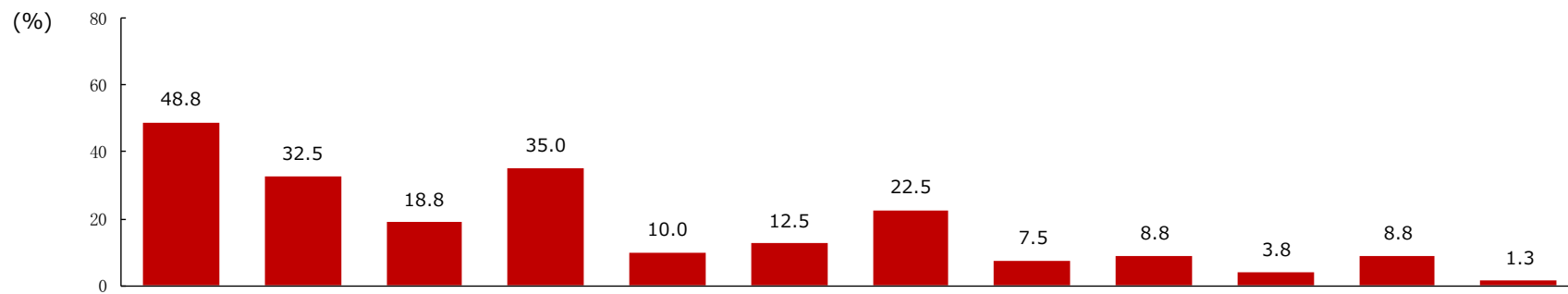
日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の認知経路

●当日本遺産を知った情報源としては、「ガイドブック・旅行雑誌」が48.8%で最も高い。次いで「インターネット(観光地・宿泊施設等のHP)」が35.0%、「身近な人からの情報」が32.5%と続く。

・属性別には、各年代とも、「ガイドブック・旅行雑誌」の割合が最も高いが、<60代以上>では、全体の割合よりは10ポイント以上低くなっている。

Q 24. 日本遺産「播但貫く 銀の馬車道 鉱石の道」を何で見聞きましたか。以下よりあてはまるものを全てお選びください。(MA)

※Q23で知っているもしくは聞いたことがあるが内容は知らないと答えた方のみ聴取



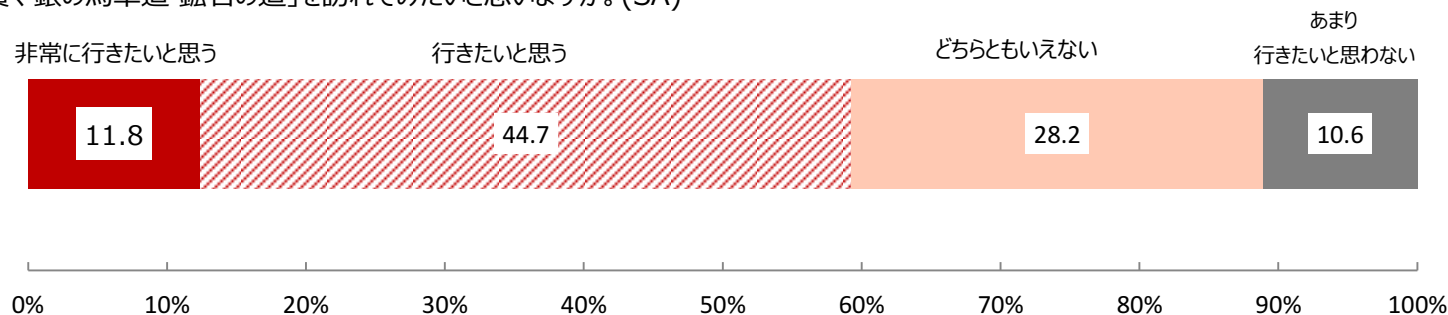
	回答者数	雑誌 ガイド ブック・ 旅行	身 近 な 人 か ら の 情 報	旅 行 会 社 の 窓 口 ・ 店	H P ・ タ バ ル 宿 泊 施 設 等 の 観	イ ン タ ー ネ ッ ト (観 光 地 ・ 宿 泊 施 設 等 の 観	イ ン タ ー ネ ッ ト (旅 行 会 社 ・ 旅 行 信 息 ポ ー タ ル サ イ ト 等)	S N S ・ ブ ロ グ 等	テ レ ビ 番 組 ・ C M	新 聞 広 告 ・ 折 込 広 告	公 共 交 通 機 関 の ポ ス タ ー	ボ ス タ ー ス ・ エ ア b n b 等 の	(国 ・ 自 治 体) の 情 報	そ の 他
全 体	80	48.8	32.5	18.8	35.0	10.0	12.5	22.5	7.5	8.8	3.8	8.8	1.3	
性別														
男性	48	47.9	35.4	20.8	37.5	10.4	18.8	16.7	6.3	10.4	2.1	12.5	-	
女性	32	50.0	28.1	15.6	31.3	9.4	3.1	31.3	9.4	6.3	6.3	3.1	3.1	
年代														
20代～30代	32	50.0	40.6	28.1	40.6	15.6	15.6	25.0	9.4	18.8	3.1	6.3	-	
40代～50代	24	58.3	37.5	12.5	29.2	12.5	8.3	20.8	12.5	-	4.2	4.2	-	
60代以上	24	37.5	16.7	12.5	33.3	-	12.5	20.8	-	4.2	4.2	16.7	4.2	

日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」への訪問意向

●当日本遺産への訪問意向についてお聞きしたところ、「非常に行きたいと思う」が11.8%、「行きたいと思う」が44.7%で、半数以上(56.5%)が“行きたい”と回答している。

・属性別にみると、性別間、年代観では、各回答にあまり大きな差は見られない。居住地別では、〈近畿居住者〉の訪問意向がやや高い。

Q25.「播但貫く銀の馬車道 鉱石の道」を訪れてみたいと思いますか。(SA)



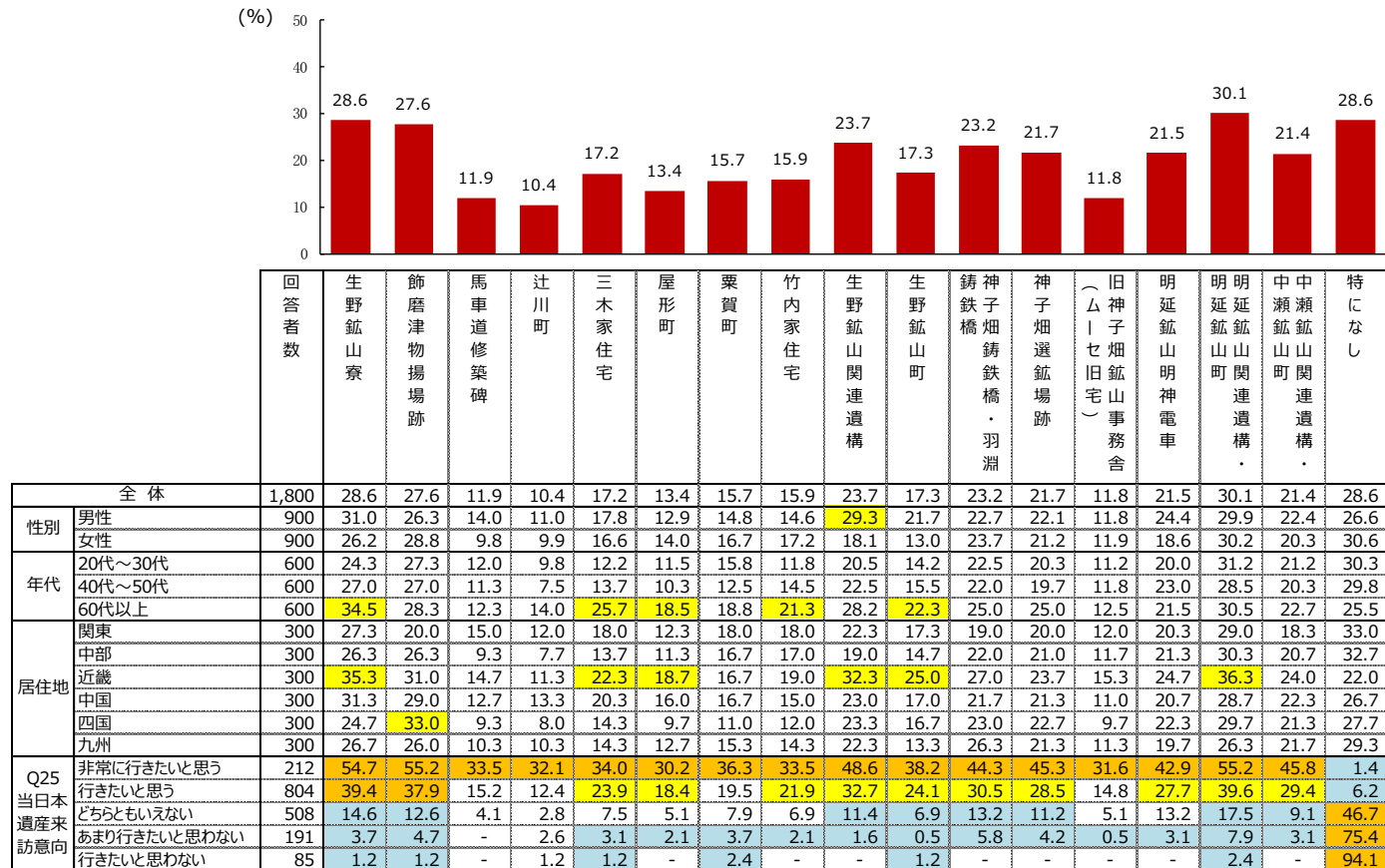
		回答者数	非常に 思 う に 行 き た い	行 き た い と 思 う	ど ち ら と も い え な い	あ ま り 思 わ な い と 思 わ な い
全体		1,800	11.8	44.7	28.2	10.6
性別	男性	900	11.7	46.4	28.2	9.7
	女性	900	11.9	42.9	28.2	11.6
年代	20代~30代	600	13.2	42.7	25.7	12.3
	40代~50代	600	12.0	42.5	32.0	9.3
	60代以上	600	10.2	48.8	27.0	10.2
居住地	関東	300	12.7	36.0	30.3	12.3
	中部	300	9.7	48.0	28.7	11.3
	近畿	300	14.0	50.0	24.3	7.7
	中国	300	15.0	44.7	25.0	12.0
	四国	300	11.3	48.3	27.0	8.7
	九州	300	8.0	41.0	34.0	11.7

日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」構成文化財への興味・関心

●当日本遺産の各構成資産についての興味・関心をお聞きしたところ、「明延鉱山関連遺構・明延鉱山町」を選んだ人の割合が30.1%で最も高かった。また、「生野鉱山寮」(28.6%)、飾磨津物揚場(27.6%)もほぼ同割合となっている。全体的に、突出して割合が高い構成文化財は見られない。

・属性別にみると、＜男性＞では、「生野鉱山関連遺構」への興味度が、女性より10ポイント以上高い。当日本遺産への来訪意向別では、＜“行きたい”と答えた人＞は、各構成文化財とも全般的に興味度が高い傾向にあり、＜“どちらともいえない”、“行きたいと思わない”と答えた人＞は、全般的に興味度が低い傾向にある。

Q26. 写真と説明文をご覧いただき、当日本遺産の構成文化財で、興味が湧くものがあれば、いつでもお選びください。(MA)

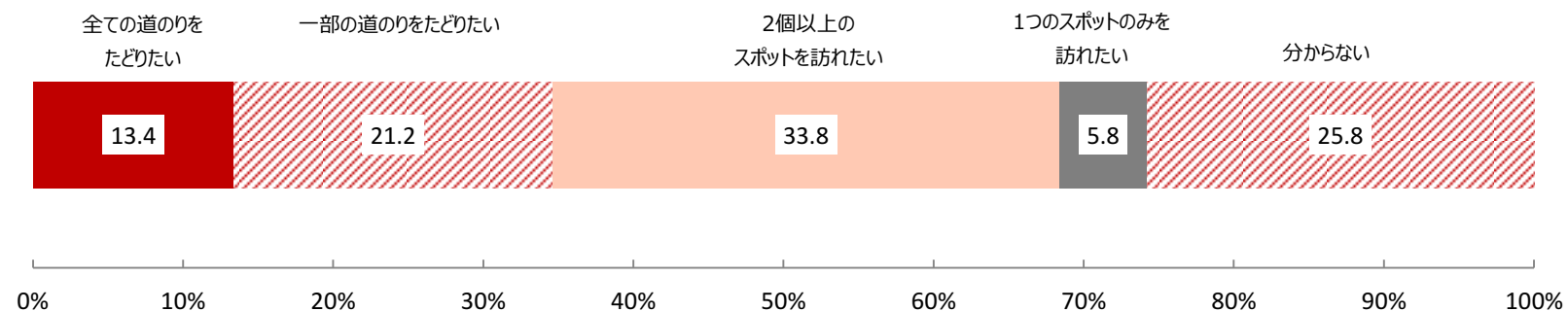


日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の巡り方

●当日本遺産について、「全ての道のりをたどりたい」と答えた人は13.4%、「一部の道のりをたどりたい」と答えた人は21.2%で、34.6%が、「道」をたどる巡り方をしたいと回答した。

・属性別には、当日本遺産に「非常に行きたいと思うと答えた人」は、50%以上が「全ての道をたどりたい」と回答した。「行きたいと思う」と答えた人は、「2個以上のスポットを訪れたい（「道のり」は意識せず）」が46.1%で最も多く、「一部の道のりをたどりたい」と答えた人も31.2%と続いている。

Q27. もし今後当日本遺産を訪れることになった場合、「道」をたどる旅か、特定のスポットを訪れるか、どちらが気持ちに近いですか

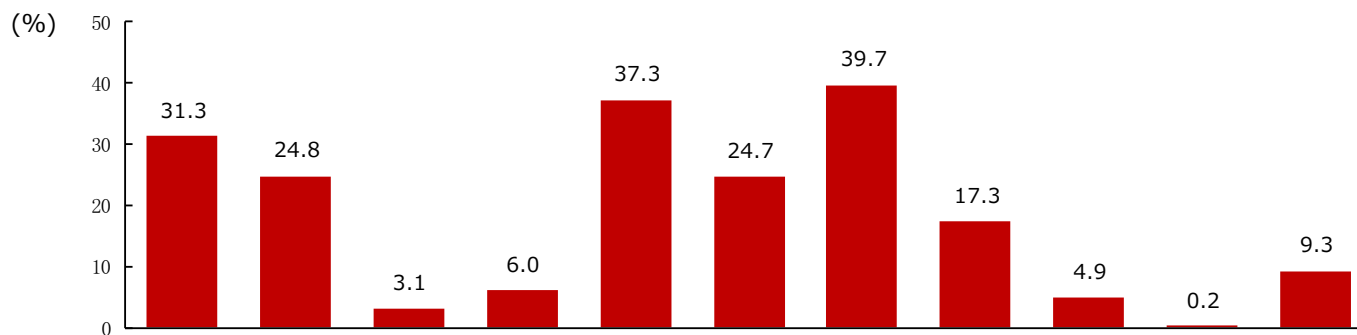


		回答者数	全ての道のりをたどりたい (%)	一部の道のりをたどりたい (%)	2個以上のスポットを訪れたい (%)	1つのスポットのみを訪れたい (%)	分からない (%)
全体		1,800	13.4	21.2	33.8	5.8	25.8
性別	男性	900	13.9	21.0	34.7	5.6	24.9
	女性	900	12.9	21.4	32.9	6.1	26.7
年代	20代～30代	600	13.0	23.2	33.8	6.8	23.2
	40代～50代	600	11.5	21.5	32.7	6.3	28.0
	60代以上	600	15.7	19.0	34.8	4.3	26.2
	関東	300	15.7	22.3	25.0	6.0	31.0
居住地	中部	300	10.3	19.3	37.3	5.3	27.7
	近畿	300	16.7	20.7	38.0	5.3	19.3
	中国	300	15.0	23.0	33.0	5.7	23.3
	四国	300	11.3	22.0	35.0	5.3	26.3
	九州	300	11.3	20.0	34.3	7.3	27.0
	Q25 当日本遺産訪問意向	非常に行きたいと思う	212	50.5	20.3	28.8	-
行きたいと思う	804	14.1	31.2	46.1	3.4	5.2	
どちらともいえない	508	2.8	15.2	27.6	9.8	44.7	
あまり行きたいと思わない	191	2.1	5.8	16.2	12.6	63.4	
行きたいと思わない	85	3.5	-	5.9	4.7	85.9	

日本遺産について：道をたどる旅の場合、「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の観光スタイル

●当日本遺産の「道」をたどる旅の場合、「鉄道・トロッコ」で観光したいと答えた人が39.7%で最も多く、「ドライビング」も37.3%でほぼ同割合であった。次いで、「サイクリング」(31.3%)と続いており、この3項目が30%を超えている。
 ・属性別には、<20代～30代>では「サイクリング」と答えた人が42.0%で最も多い。<40代～50代>、<60代以上>では「鉄道・トロッコ」が最も多い。当日本遺産の巡り方別で、<全ての、もしくは一部の道のりをたどりたいと答えた人>は、「サイクリング」と答えた人の割合が、全体の数値に比べ、10ポイント以上高い。

Q28. 当日本遺産の「道」をたどる旅※の場合、どのような旅のスタイルであれば、行きたい気持ちになりますか。(MA)



回答者数	サイクリング	レッスオキキング・ト	マラソニング・	バイクツーリング	ドライビング	バスツアー	鉄道・トロッコ	馬車の旅 (本物の)	ゴーカー	その他	わでもない		
全体	1,800	31.3	24.8	3.1	6.0	24.7	39.7	17.3	4.9	0.2	9.3		
年代	20代～30代	600	42.0	25.7	5.8	8.5	37.8	21.5	40.8	15.7	7.3	0.3	8.5
	40代～50代	600	31.5	25.3	3.0	7.0	37.5	22.2	40.7	15.3	5.0	0.2	9.7
	60代以上	600	20.3	23.5	0.3	2.5	36.5	30.3	37.7	21.0	2.3	-	9.7
Q27 当日本遺産の 巡り方	全ての道のりをたどりたい	241	45.6	34.0	6.2	10.0	44.8	30.7	46.1	29.9	7.5	-	-
	一部の道のりをたどりたい	382	44.0	39.8	3.9	5.5	36.4	23.6	47.6	20.9	5.5	0.3	0.3
	2個以上のスポットを訪れたい (「道のり」は意識せず)	608	29.8	21.5	2.5	7.2	48.0	28.9	46.7	17.3	4.4	0.3	0.5
	1つのスポットのみを訪れたい	105	21.0	18.1	1.9	2.9	25.7	19.0	29.5	10.5	8.6	-	13.3
分からない	464	17.7	13.6	1.7	3.4	22.6	18.1	23.1	9.5	2.8	-	32.1	

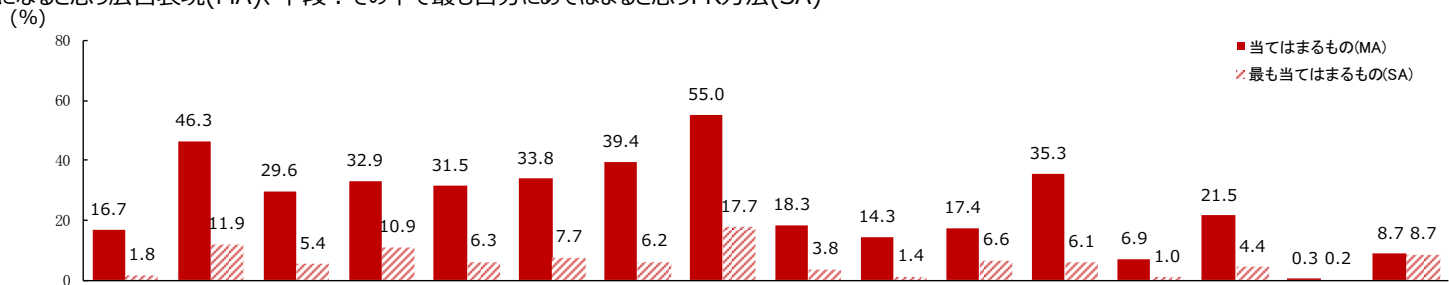
日本遺産について：「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」のPR方法について

●当日本遺産について、どのような広告表現の方向性であれば行きたい気持ちになるかお聞きしたところ、「ここでしか見られない、美しい風景・景観」(55.0%)「ここでしか味わえない、ご当地グルメ」(46.3%)の2項目の割合が高い。選んだ項目の内、最もあてはまるものについては上記2項目に加え(各17.7%、11.9%)「1200年の歴史を誇る、地下900mの鉱山探訪」の割合も10.9%見られる。

・属性別には、<20代～30代>では、「子どもと一緒に楽しめる」の割合が、他年代と比べて高い。<60代以上>では、「歴史」に関わるPR法の割合が全体、他年代に比べて高くなっており、歴史的なことへの興味が強い傾向にある。

Q29. 当日本遺産のPR法について、どのような広告表現の方向性であれば行きたい気持ちになりますか。(MA)
また、そのうち最もあてはまるもの1つお答えください。(SA)

※上段：行きたい気持ちになると思う広告表現(MA)、下段：その中で最も自分にあてはまると思うPR方法(SA)



回答者数	ポットジエニックス	ここでしか見られない、美しい風景・景観	ここでしか味わえない、ご当地グルメ	見ている、体験型旅行	山探訪	1200年の歴史を誇る	文化遺産や近代産業の歴史	過去の遺構をめぐれる、遺跡・遺構を馳せる旅	自然に癒され、リラックスできる	現、地元密着型案内旅	子どもと一緒に楽しむ	神秘的、ミステリアスな観光地	個性豊かなご当地に出会う	サイクリングやウォーキングで巡れる、ツアー	その他	いずれのP Rでもない行き
全体 1,800	16.7 (1.8)	46.3 (11.9)	29.6 (5.4)	32.9 (10.9)	31.5 (6.3)	33.8 (7.7)	39.4 (6.2)	55.0 (17.7)	18.3 (3.8)	14.3 (1.4)	17.4 (6.6)	35.3 (6.1)	6.9 (1.0)	21.5 (4.4)	0.3 (0.2)	8.7 (8.7)
性別	男性 900	16.0 (1.7)	41.8 (10.7)	26.6 (4.1)	36.0 (12.4)	33.4 (8.0)	36.2 (8.6)	35.4 (6.8)	51.1 (15.2)	15.8 (2.9)	11.2 (1.0)	16.2 (5.6)	6.9 (0.8)	23.7 (5.7)	0.4 (0.3)	10.3 (10.3)
	女性 900	17.4 (1.9)	50.8 (13.2)	32.6 (6.8)	29.9 (9.3)	29.6 (4.7)	31.4 (6.8)	43.4 (5.7)	58.9 (20.1)	20.8 (4.7)	17.3 (1.8)	37.2 (6.6)	7.0 (1.2)	19.3 (3.1)	-	7.0 (7.0)
年代	20代～30代 600	23.3 (2.3)	54.2 (15.2)	37.2 (6.0)	28.0 (8.2)	23.7 (3.7)	28.2 (5.3)	43.2 (6.3)	55.7 (16.3)	15.5 (2.7)	18.2 (2.0)	31.3 (13.3)	10.3 (1.7)	24.7 (3.8)	0.2 (-)	8.0 (8.0)
	40代～50代 600	14.0 (1.2)	45.2 (12.5)	29.0 (6.5)	30.2 (10.8)	29.8 (6.3)	31.3 (6.5)	37.5 (6.8)	51.2 (17.7)	16.8 (3.2)	14.7 (1.2)	35.3 (7.0)	6.3 (0.8)	21.8 (4.0)	0.5 (0.3)	9.0 (9.0)
	60代以上 600	12.8 (1.8)	39.5 (8.2)	22.5 (3.8)	40.7 (13.7)	41.0 (9.0)	42.0 (11.2)	37.7 (5.5)	58.2 (19.0)	22.5 (5.5)	10.0 (1.0)	4.3 (0.3)	33.7 (6.0)	4.2 (0.5)	18.0 (5.3)	0.3 (0.2)

本提案書内で使用している画像・資料は、あくまで資料用素材として使用しており、関係各社・団体のWEBなどから借用しているものがあります。複製転載・外部への公開はご遠慮頂きます様お願い致します。

構成文化財および周辺観光地の現状把握 大手旅行口コミサイトにおける 当該エリアの現状把握

調査概要

■ 調査目的

当日本遺産の構成文化財の開設状況や、周辺観光地のWEBサイトでの当日本遺産の情報掲載状況、旅行口コミサイトでの現状を整理・把握し、今後のWEBサイトに関わる施策検討の基礎資料とすることを目的とする。

■ 調査概要

調査名称①	構成文化財および周辺観光地の現状把握
調査目的	当日本遺産の構成文化財の開設状況や、周辺観光地のWEBサイトでの当日本遺産の情報掲載状況を整理・把握し、データベース化する。また、その内協力頂けるWEBサイトに対して、アクセス解析を行う。(最大5サイト)
対象データ	当日本遺産の構成文化財のWEBサイト(存在しない場合はその旨を明記)および当日本遺産周辺の有力観光地WEBサイト ※RESAS上での、6市町及びその周辺市町の2015年度目的地検索回数上位30位を「有力観光地」と定義し、抜粋。 (WEBサイトを持っていない観光地を除く) RESAS : https://resas.go.jp/#/28/28201

調査名称②	大手旅行口コミサイトにおける当該エリアの現状把握
調査目的	旅行口コミサイト、「トリップアドバイザー」において、当日本遺産の構成文化財および6市町の観光地・施設の紹介ページの現状を整理・把握し、データベース化する。
対象データ	「トリップアドバイザー」の『観光』ページに掲載されている当日本遺産構成文化財のWEBサイト(存在しない場合はその旨を明記)および『観光』ページに掲載されている6市町の観光地・施設 トリップアドバイザー(観光ページ) : https://www.tripadvisor.jp/Attractions

構成文化財および周辺観光地の現状把握について

- 構成文化財の中で独立したWEBサイトを持っているものは、「生野鉱山寮 馬車道跡」、「三木家住宅」、「生野鉱山関連遺構」、「神子畑選鉱場跡」、「明延鉱山関連遺構・明延鉱山町」の5箇所であった。このうち「明延鉱山関連遺構・明延鉱山町」以外の4箇所では、当日本遺産認定日以降、当日本遺産に関する情報が掲載されていた。
- 周辺観光地のWEBサイトについては、当日本遺産の情報や「銀の馬車道」や「鉱石の道」のWEBサイトのURLが記載されているものはほとんどなく、「竹田城跡」のWEBサイトで鉱石の道に関する情報が記載されているのみであった。

大手旅行口コミサイトにおける当該エリアの現状把握

- 当日本遺産の構成文化財でトリップアドバイザー内に専用ページがある文化財は少なく、「馬車道修築碑」、「生野鉱山関連遺構」、「神子畑鑄鉄橋・羽淵鑄鉄橋」、「神子畑選鉱場跡」、「明延鉱山関連遺構・明延鉱山町」の5箇所のみであった。またその中で「生野鉱山関連遺構」以外は、口コミが3件以下と、現状はまだ少ない状況であった。

※詳しくは、別紙各データベースをご確認ください。

■ 各調査結果の特長

(1) 従来の客層に関する調査（兵庫県観光動態調査より）

調査内容	特長・優位点	課題点
① 6市町への来訪者数調査	<ul style="list-style-type: none"> 総じて5・8・10月が多い 	<ul style="list-style-type: none"> 総じて6・9・12月が少ない
② 6市町及び近隣主要観光地・施設への入れ込み者数調査	<ul style="list-style-type: none"> 兵庫県全体では姫路城が5位、姫路城周辺及び竹田城が30位以内に入っている 	<ul style="list-style-type: none"> 前年度比較では総じて減少傾向

(2) 新たな客層に関する調査（実査及びWEB調査）

調査内容	特長・優位点	課題・検討点
①観光客に対するニーズ・意識調査 (姫路城、竹田城跡、城崎温泉での聞き取り)	<ul style="list-style-type: none"> 夫婦または知人との少人数で来訪 理解されれば「日本遺産」の訴求力は強い 豊岡市（城崎温泉）での宿泊が多い 初／リピータ割合は半々 日帰り／宿泊割合は半々 歴史、ストーリーへの興味が強い 	<ul style="list-style-type: none"> 県内、当該地域での周遊に留まる 日本遺産の認知度が低い 銀の馬車道、鉾石の道の認知度が低い 「道」よりもスポット観光を選ぶ傾向がある 美味しいもの、グルメへの期待値が高い 訪問地から1時間以内で行ける直通バスや鉄道などアクセスへの期待 「ここだけ」感への期待
②誘客対象ニーズ・意識調査（ネット調査）	<ul style="list-style-type: none"> 食、景観、癒し（+温泉）を求める 理解されれば「日本遺産」の訴求力は強い 興味喚起のフックとなるのはテレビ番組、旅行雑誌、旅行ガイドブックなど 姫路城、城崎温泉、竹田城跡の認知度が突出して高い 来訪経験者の満足度は9割以上と非常に高く、再訪問意向も9割以上 明延鉾山、生野鉾山寮、飾磨津物揚場への興味関心が高い（掲示写真の影響も考慮） 道を巡る手段は鉄道、トロック、マイカー、サイクリング、ウォーキング、バスツアー等が多い 	<ul style="list-style-type: none"> 日本遺産の認知度が低い 銀の馬車道、鉾石の道の認知度が低い 「道」よりもスポット観光を選ぶ傾向がある 「ここだけ」感への期待

播但地区は神戸地区ほどではないものの、**認知や満足度等が比較的高く、ポテンシャルのある地区**と言える。しかしながら地区内でみると姫路城や城崎温泉、竹田城跡といったスポットに認知・訪問が集中しており、当日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉾石の道」でみると、生野鉾山がわずかに認知や訪問がある程度で、**まだまだ一般的には浸透していない状況**である。

しかしながら、日本遺産という言葉の認知や理解はまだ浸透していないものの、**フレーズの持つ訴求力は強く、興味喚起させる力を持っていること**、産業的な遺産・遺構に興味・関心をもつ層が一定数存在することから、**当日本遺産が魅力ある観光資源であることも確認**できたと思う。

今回調査した限りでは、中々当初目的地からの誘引はハードルは高く、当日本遺産において**主要観光地からの誘引・周遊をいかに促進するかが最大の課題**であると思われる。発信については、「ここでしか味わえないグルメや風景・景観」などのオリジナリティ性、目玉となりえる資産の活用、コピーやクオリティの高い写真の選定がネックである。また、関連するストーリーを切り口に、市町の境を意識しない、短時間で回れるコースを複数用意するなど、観光客視点に立った情報提供やインフラの整備も重要。

