

岡山県の観光の現状とその分析

<目次>

第 1	岡山県へのアクセス手段	1
1	岡山空港の実績	
2	岡山県の鉄道網	
3	岡山県の道路網	
第 2	岡山県の観光に関する現状と分析（主な要因）	3
1	観光客数	
2	県内・県外別の観光客数、発地別県外観光客数、日帰り及び宿泊旅行別観光客数	
3	利用交通機関別観光客数	
4	外国人観光客数	
第 3	岡山県の観光施策の概要について	9
第 4	都道府県及び政令指定都市の観光振興計画等の傾向分析	11

第1 岡山県へのアクセス手段

1 岡山空港の実績

岡山空港の定期路線（平成20年5月現在）

国内線		
東京線	毎日運行	1日9往復
札幌線	毎日運行	1日1往復
鹿児島線	毎日運行	1日2往復
沖縄線	毎日運行	1日1往復

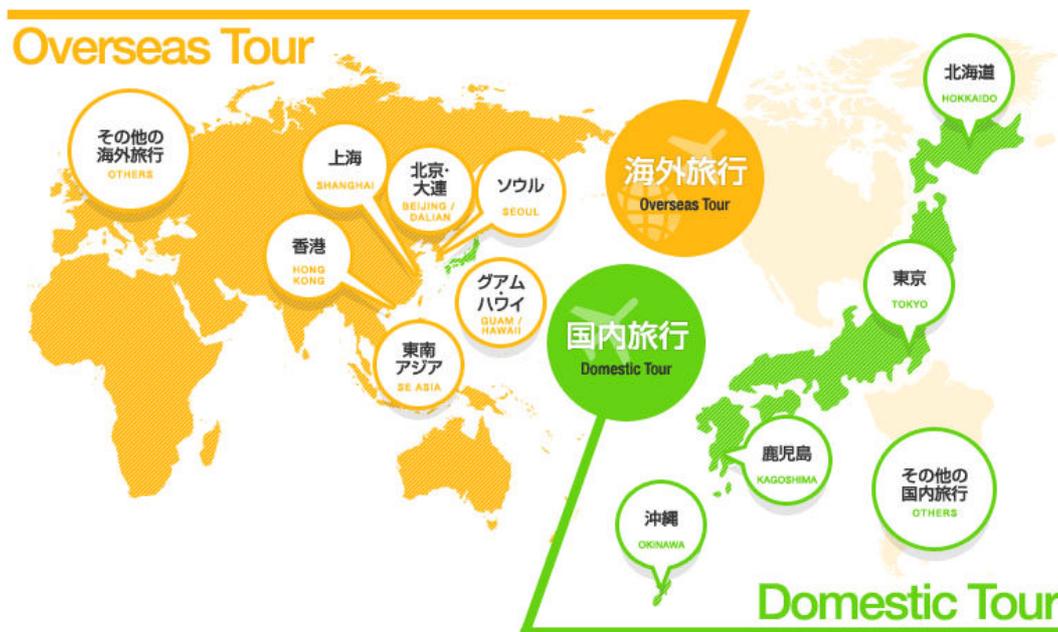
国際線		
ソウル線	毎日運行	1日1往復
上海線	毎日運行	1日1往復
大連・北京線	週2往復	
グアム線	週2往復	
香港線	週3往復	

国際チャーター便の実績（平成19年度）

○6ヶ国・3地域

（中国、韓国、台湾、香港、マカオ、米国、ハンガリー、ベトナム、カンボジア）

○118便、17,739人が利用



※岡山空港ホームページより

2 岡山県の鉄道網



3 岡山県の道路網



第2 岡山県の観光に関する現状と分析（主な要因）

1 観光客数

総観光客数は減少傾向にある。



主な要因

(1) 広域及び国際的な集客力を持つ有名な観光資源が乏しい

- ・ 広域から集客できる観光資源の認知度が低い
※ジェイ・アイ・シー観光創造研究所（JTBグループ）アンケート調査、他
- ・ 世界遺産など国際的な知名度のある観光資源が乏しい
※財団法人日本交通公社（観光資源評価台帳）

(2) 観光地に関するイメージはほぼ固定されている

- ・ 「岡山県」と聞いて、思い浮かぶ観光地のイメージは固定されている
※岡山県で行ってみたい観光地、認知度等の質問より

岡山DC事業報告書 訪問者アンケート結果

1. 倉敷美観地区 (36.0%)
2. 後樂園 (32.0%)
3. 岡山城 (23.0%)
4. 吉備津神社 (19.0%)
5. 倉敷チボリ公園 (17.0%)
6. 湯郷温泉 (13.0%)
7. 備中国分寺 (12.0%)
8. 鷺羽山(児島) (10.0%)

ジェイ・アイ・シー観光創造研究所アンケート調査(近畿圏の観光客が旅行したい観光地)

1. 倉敷 (50.4%)
2. 牛窓・長船 (43.0%)
3. 湯原温泉 (39.2%)
4. 湯郷温泉 (39.2%)
5. 蒜山高原 (26.6%)
6. 日生諸島 (22.8%)

(関東圏では倉敷が 57.9%)

大都市圏旅行会社 ヒアリング調査

- 倉敷美観地区
- チボリ公園
- 後樂園
- 牛窓
- 湯郷・湯原温泉
- 大原美術館
- 瀬戸大橋

岡山県在住外国人 アンケート調査

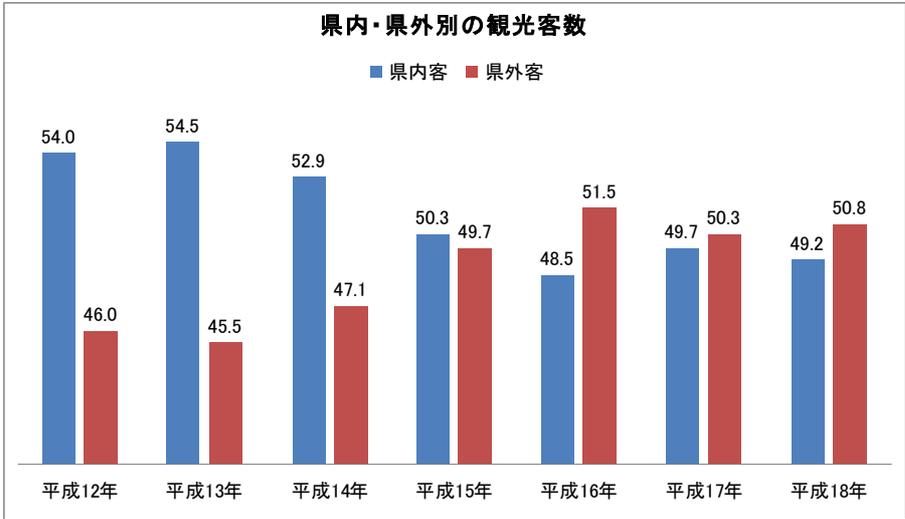
1. 後樂園
2. 倉敷美観地区
3. 瀬戸大橋
4. 岡山城
5. チボリ公園
6. 瀬戸内海
7. 蒜山高原
8. 美作三湯

(3) 新たな観光資源の発掘と観光商品化が遅れている

- ・ ニューツーリズム（産業観光、グリーンツーリズムなど）の推進とPRが遅れている
 - ・ 特産品、食（フルーツ、美作三湯、美作牛、郷土料理など）のブランド化とPRが遅れている
- ※大都市圏旅行会社へのヒアリング調査より

2 県内・県外別の観光客数

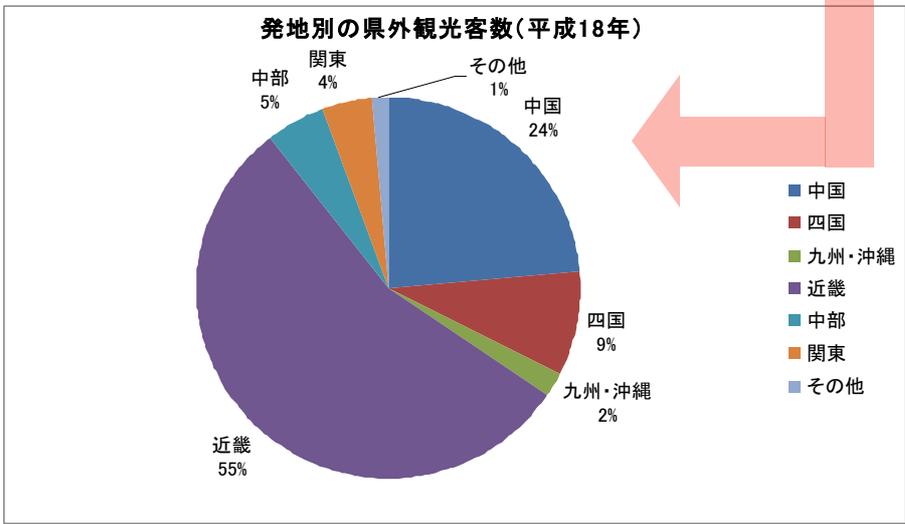
平成15年までは県内の観光客数が多かったが、平成16年以降は県外の観光客数が上回っている。



発地別県外観光客数

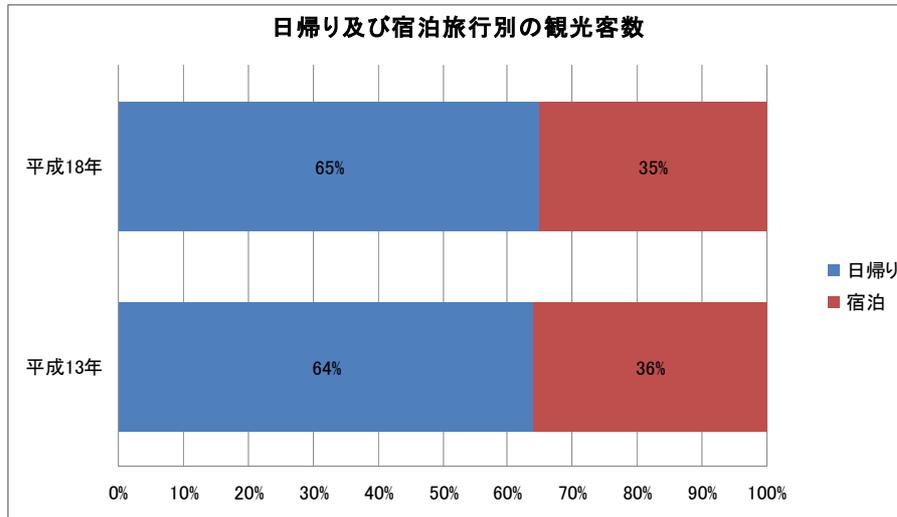
平成18年県外客
50.8%の内訳

近畿地方からが最も多く、県外観光客数の5割を超えている。



日帰り及び宿泊旅行別観光客数

観光客の3分の2程度は日帰りである。宿泊は3分の1程度にすぎない。ここ数年、割合に変化は見られない。



主な要因

(1) 岡山県の観光に期待するものは、関東圏では食と自然景観・観光施設（文化）、近畿圏では食と温泉、自然景観が多い

岡山県の観光への期待	関東圏	近畿圏
自然景観	61.9%	45.0%
温泉	37.3%	48.1%
地元の美味しい食べ物、料理	62.7%	63.3%
寺社仏閣、城、美術館、自然農園など	54.0%	34.2%
観光物産（食品・工芸品など）の買い物	20.6%	16.5%
宿泊施設	19.8%	32.9%

資料：ジェイ・アイ・シー観光創造研究所

(2) 食と宿泊施設への不満が比較的多い

岡山県の観光への不満	関東圏	近畿圏
自然景観	9.4%	7.1%
温泉	9.4%	4.8%
地元の美味しい食べ物、料理	13.2%	19.0%
観光物産（食品・工芸品など）の買い物	1.9%	16.7%
宿泊施設	15.1%	14.3%

資料：ジェイ・アイ・シー観光創造研究所

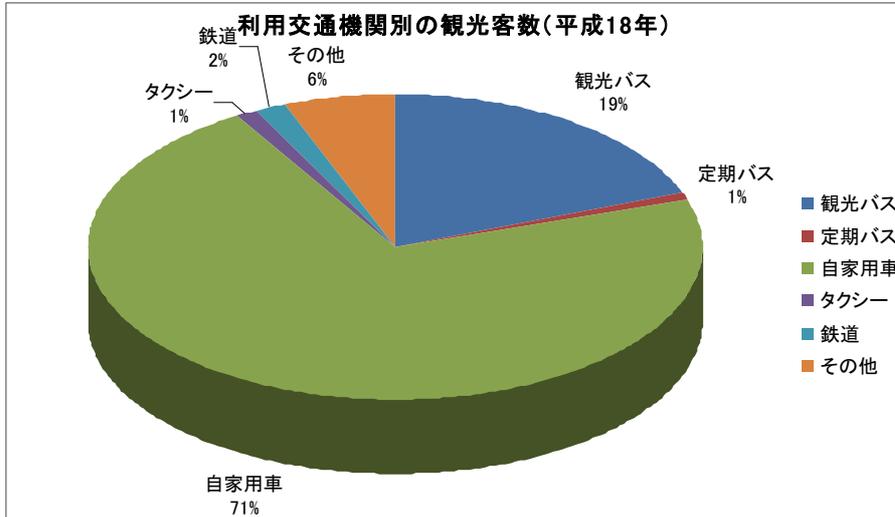
(3) 岡山県を軸とし、中四国で連携した広域観光の実現を望む（旅行会社）

- ・山陽、山陰、四国、瀬戸内海など、中四国との広域連携が可能

※大都市圏旅行会社へのヒアリング調査より

3 利用交通機関別観光客数

岡山県の観光地を訪れるために利用した利用交通機関はほとんどが自家用車であり、公共交通の利用が少ない。



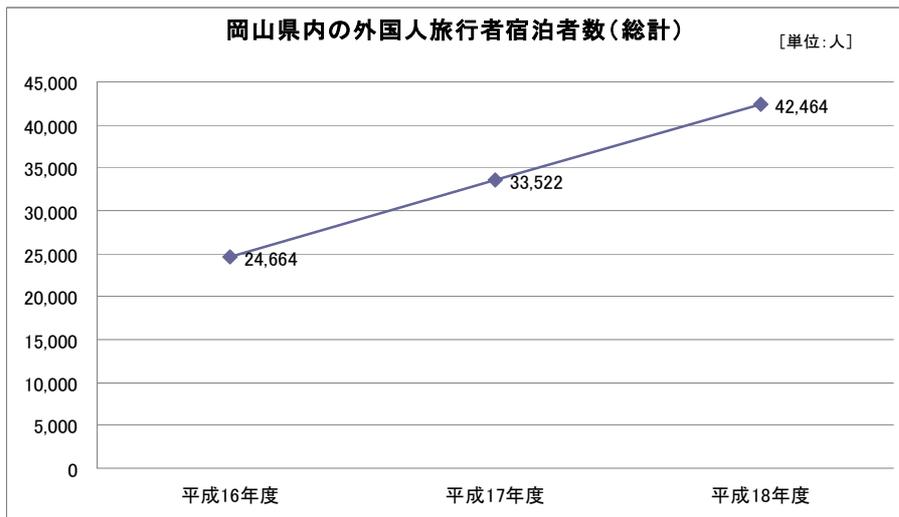
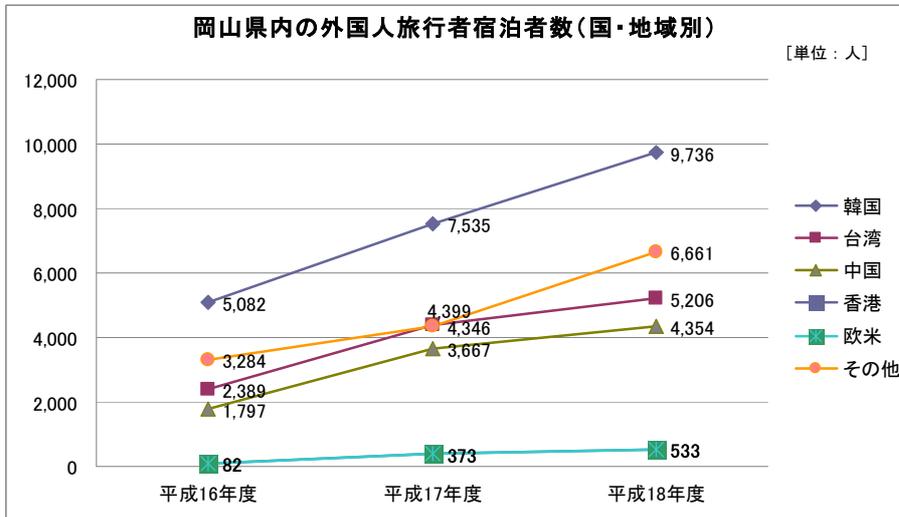
主な要因

観光交通の基盤がソフト・ハードともに十分に整っていない

- ・観光アクセスの更なる向上が必要（※大都市圏旅行会社へのヒアリング調査より）
- ・公共交通機関の利用率が低い（※岡山県観光客動態調査より）
- ・二次交通の利用が少ない（※岡山 DC 訪問者アンケート結果より）
- ・駐車場が少ない（※県在住外国人アンケート調査）
- ・路面電車やバスは便利だが、観光情報の案内が不十分（※県在住外国人アンケート調査より）

4 外国人旅行者数

外国人旅行者宿泊者集は年々増加している。国・地域別に見て最も多いのは韓国で、主に東アジアからの集客が目立つ。



資料:岡山県国際観光テーマ地区誘客促進協議会 調べ

主な要因

(1) 外国人がお勧めする岡山県観光は自然景観と温泉

	日本の観光旅行で期待するもの	岡山県の観光旅行で期待するもの
1位	自然景観	自然景観
2位	温泉	温泉
3位	歴史建造物・文化財	歴史建造物・文化財
4位	伝統文化・芸能	伝統文化・芸能
5位	日本食	イベント(祭りなど)
6位	イベント(祭りなど)	日本食
7位	産業観光(企業・工場の見学など)	乗り物

※日本の観光に求めるものと、岡山県の観光に求めるものに違いがない。

(2) 観光案内における言語接遇の環境が十分に整っていない

- ・通訳案内士の登録者数で最も多いのは英語で、中国語、韓国語を話せる通訳案内士の登録者数は英語と比較すると極端に少ない（※国土交通省総合政策局調査より）
- ・外国語対応ができる「i案内所」の数が広島県の半分（岡山県4箇所に対し広島県8箇所）
- ・観光案内所やボランティアガイドの利用率は3割弱、申込先や場所が分からないという意見も多い（※県在住外国人アンケート調査より）
- ・外国人観光客向けの案内板が少ない（※県在住外国人アンケート調査より）

(3) 外国人向けの観光サービスが少ない

- ・多言語の観光パンフレットがない（※県在住外国人アンケート調査より）
- ・外国人観光客対象の1日フリーパスなど、各種割引券がない（※県在住外国人アンケート調査より）

(4) 外国人観光客を受け入れる空港・海港の利用率が低い

- ・岡山空港から入国する外国人は、広島空港の半分以下である
- ・海港(宇野港・水島港)から入国する外国人はほとんどいない
※『平成19年版 第46 出入国管理統計年報』より

(5) 国内・海外への岡山県の観光情報発信が遅れている

- ・岡山県の観光関連ホームページの多言語対応が遅れている
例：(社)宮島観光協会(7ヶ国語)、(社)飛騨高山観光協会(11ヶ国語)
- ・岡山県は海外では知られていない(県在住外国人アンケート調査で80%以上が知らないに類する回答)

(6) フルーツや備前焼など、国際的に魅力のある特産品がある

- ・桃やぶどうなどフルーツ、備前焼が魅力的な特産品と思う外国人が多い
※県在住外国人アンケート調査より

第3 岡山県の観光施策の概要について

1. 観光キャンペーン推進事業

実施主体：おかやま観光キャンペーン推進協議会（県、県観光連盟、観光関係団体等で構成）
期 間：毎年春と秋（平成19年度はデスティネーションキャンペーンとして実施）

2. 情報発信事業

事業内容：各種メディア、インターネット等による観光情報発信
観光PR資材の作成（おかやま旅マップ、総合パンフレット 等）

3. 広域観光推進事業

連携先：中国5県とJR西日本、兵庫県、香川県 等
事業内容：旅行会社招請ツアーの実施、広域観光ルートの整備、連携イベントの開催 等

4. 国際観光推進事業

主なターゲット：韓国、中国、台湾、香港など東アジアからの外国人観光客
事業内容：現地観光展への出展、旅行会社・マスコミ招請ツアーの実施
中四国等近隣県と連携した広域的な観光ルートの策定、商品開発 等

5. フィルムコミッション事業

事業内容：ロケ誘致、ロケ支援、ロケ候補地紹介ホームページの開設
県内市町村フィルムコミッションとの連携、支援 等

6. 観光マインドの向上

事業内容：岡山県観光ボランティアガイド連絡会の運営、情報発信 等

7. 観光・岡山ブランド戦略の推進

事業内容：本県のイメージアップを図ることができる地域資源の情報発信、発掘・育成
選定品目：

観光地					
	後楽園	吉備路	倉敷	蒜山高原	
	食				
		おかやま黒まめ	地酒	あなご	黄にら
特産品					
		備前焼	ジーンズ	倉敷帆布	

8. 観光物産施設の運営

施設名：岡山県観光物産センター「晴れの国岡山館」（岡山市：岡山シンフォニービル内）

取扱品目：県内の特産品、土産品（食品、工芸品等）

売上：1億1,307万円（平成18年度実績）



施設名：岡山県観光物産館「イエンビュおかやま」（倉敷市：倉敷チボリ公園内）

取扱品目：県内の特産品、土産品（食品、工芸品等）

売上：3,473万円（平成18年度実績）

9. 観光客動態調査の実施

事業内容：観光客の数、出発地、利用交通機関、観光消費額等を調査、推計

第4 都道府県及び政令指定都市の観光振興計画等の傾向分析

「吉備の国岡山」観光立県戦略（仮称）の策定にあたり、都道府県及び政令指定都市の観光基本計画等の分析を行ったところ、以下のようなキーワードを抽出することができた。抽出したキーワードを分類し、次のようなカテゴリーに分類した。



これらのカテゴリーをさらに整理し、他県等の観光基本計画が多く取り入れている要素をまとめると、次のようになる。

