

栗屋 仁美（比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科 准教授）

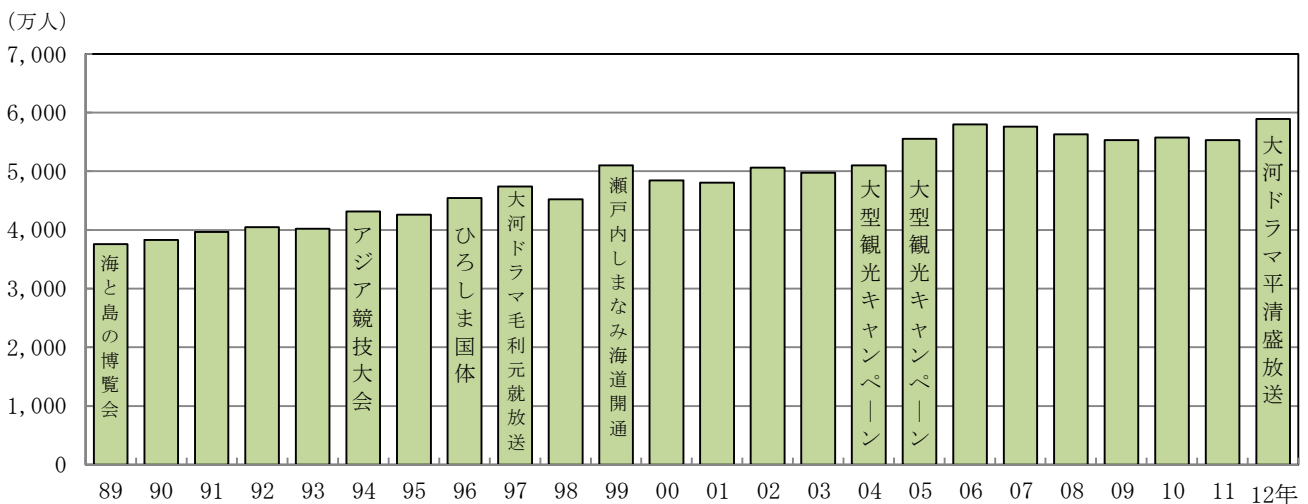
本稿では、2012年の夏に宮島口で行った宮島観光者動向調査、また2013年の夏に呉市海事歴史科学館（大和ミュージアム）で行った来館者動向調査の結果を2007年に実施した同様の調査の結果と比較し紹介する。その結果をもとに、広島県観光の実態を考察し、課題や方策について考える。広島観光の大きな訴求ポイントは、知的好奇心をくすぐる観光地が溢れていることにある。

1. はじめに

「おいしい！広島県」など、広島県の観光に関する議論が活発化している。そもそも広島県には宮島、原爆ドームと二つの世界遺産があり、平和学習はもちろんのこと、歴史に対する知的好奇心も充足することが可能である。自然的側面においても海と山の両方が近接しており、気候も穏やかで過ごしやすい地域である。

「外国人に人気の日本の観光スポット 2013」¹によると、人気第1位は広島平和記念資料館（広島県広島市）である。第2位は伏見稲荷神社（京都府京都市）、第3位は東大寺（奈良県奈良市）、第4位に厳島神社（広島県廿日市市）が挙げられ、歴史遺産の豊富な京都の人気と並び広島観光も注目度が高い。数値で確認すれば、2000年に入り、広島県を訪れる観光者数が伸びていることがわかる。図表1は、広島県の観光者数の推移である²。1989年には「海と島の博覧会」が、1994年には「アジア競技大会」

図表 1 広島県の観光者数の推移



資料：広島県ホームページ記載データより、筆者作成

¹ トリップアドバイザーHP

http://www.tripadvisor.jp/pages/InboundAttraction_2013.html
 (2013年12月10日確認) 参考までに第5位金閣寺(京都府京都市)、第6位清水寺(京都府京都市)、第7位地獄谷野猿公苑(長野県山ノ内町)、第8位新宿御苑(東京都新宿区)、第9位新勝寺(成田山)、第10位築地場外市場(東京都中央区)である。

² 平成24〔2012〕年 広島県観光客数の動向

<http://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/78/24doukou.html>

が開催された。「アジア競技大会」のような国際的な行事が開催された当時よりも、現在の観光者数が多いことは、それだけ広島に興味関心を持つ人が増加していることを意味している。

また、厳島神社と原爆ドームが世界遺産に登録されたのは、1996年12月である。同年には「ひろしま国体」が開催され、1997年にはNHK大河ドラマ「毛利元就」が放送された。1999年には瀬戸内しまなみ海道が開通し、四国から広島県まで陸続きでの往来が容易になった。2004年、2005年と広島県主体で大型観光キャンペーンが実施され、2012年にNHK大河ドラマ「平清盛」が放映されたことは記憶に新しい。同ドラマが放映された2012年は、2011年と比較し、300万人強、観光者が増加している。

観光者数増加の背景には、広島県が観光を訴求するために打ち出した観光キャンペーンの影響等もあると考えられる。NHK大河ドラマ「平清盛」が放映された2012年に、広島県は「おいしい！広島県」をキャッチフレーズに観光キャンペーンを行った。広島県は魅力ある観光資源を有効に活用できていない、それが惜しいという意味である。具体的には日本一の生産高を誇るレモン、お好み焼き、熊野筆、広島東洋カープなどの魅力を情報発信するものである。また同年7月には銀座に、満を持してアンテナショップが開店し、店名は広島弁を用いて「TAU」とされた³。こうした動きを、地元の新聞、テレビ局等が連日のように報道し、少なくとも広島県内においては、広島を再認識することで愛着を感じるという機運が盛り上がったように感じる。

2013年は、前年からの観光機運を盛り上げる大きな波を継承し、「私は『おいしい！広島県』に反対です。」をキャッチフレーズにして、「おいしい！広島県」観光キャンペーンが展開されている。春には「第26回全国菓子大博覧会・広島」として「ひろしま菓子博2013」が開催され、連日多くの来場者があった⁴。夏季には「広島県 destination キャンペーン」も行われた⁵。2014年3月からは、広島・愛媛両県で「瀬戸内しまのわ2014」が開催される⁶。このように、広島県の観光活性化は、現在進行形で盛り上がっている。

³ 東京都中央区銀座 1-6-10

⁴ 2013年4月19日（金）～5月12日（日）開催。

⁵ 2013年7月1日（月）～9月30日（月）。

⁶ 開催期間は、2014年3月21日（金・祝）～10月26日（日）。開催エリアは広島県・愛媛県の島しょ部及び臨海部である。

観光とは、地元住民の地元愛も関与するが、国内外で広島以外に居を構える人々の、広島に対する興味関心を問うものである。そこで、地方都市広島を訪問した観光者の動向より、広島を観光地としてどう捉えているのか現状を把握し、今後の方向性を探りたい。そのために、観光地の一つである宮島と、呉市の呉市海事歴史科学館（以下「大和ミュージアム」と表記）を訪れた観光者数の動向を数値で把握したアンケート調査結果の一部を提示し、広島県観光の現状を導出する。その上で、広島県観光の課題と方向性に言及する。なお本調査は、国内在住者を対象にした調査である。

2. 宮島観光者の動向調査

広島県内において、2012年の観光者数が、2011年と比較し増加した市は多いが、特に宮島のある廿日市市は、政令指定都市である広島市、観光の街である尾道市と肩を並べ、500万人以上の観光者を迎えている。宮島観光者数の増加の要因は、「宮島水族館 - みやじまリン」のオープン（2011年8月1日）と2012年のNHK大河ドラマ「平清盛」の放映が考えられる⁷。観光者の実態を把握するために2012年度の粟屋ゼミナール生18名が、2012年の6月から7月にかけて、「大河ドラマ「平清盛」と宮島観光客増加との関係性—キミハタイラノキヨモリヲミテイルカー」（以下「宮島観光者動向調査」）を行った⁸。その結果について報告をする。

（1）調査概要

宮島観光者動向調査は、JR 宮島口栈橋前周辺で宮島—宮島口間のJR フェリーに乗降する男女個人282人を対象にアンケート調査を行ったものである。調査日は2012年6月1日（金）午前中、6月4日（月）夕方の2回、各2時間程度である⁹。方法は聞き取り

⁷ 大河ドラマ放映による関係都道府県での観光者の増加については、「大河ドラマ「平清盛」放映に伴う広島県における経済効果」森岡 隆司『エネルギー地域経済レポート12年04月号』に詳しい。

⁸ 比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科の学生である。詳細は『学生の視点でみたSR (Social Responsibility) 大河ドラマ「平清盛」と宮島観光客増加との関係性—キミハタイラノキヨモリヲミテイルカー』（比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科粟屋ゼミナール、2012）を参照のこと。

<http://www.hijiyama-u.ac.jp/users/awaya/images/sotsuron/2012-2shakaikouken.pdf> (2013年12月10日確認)

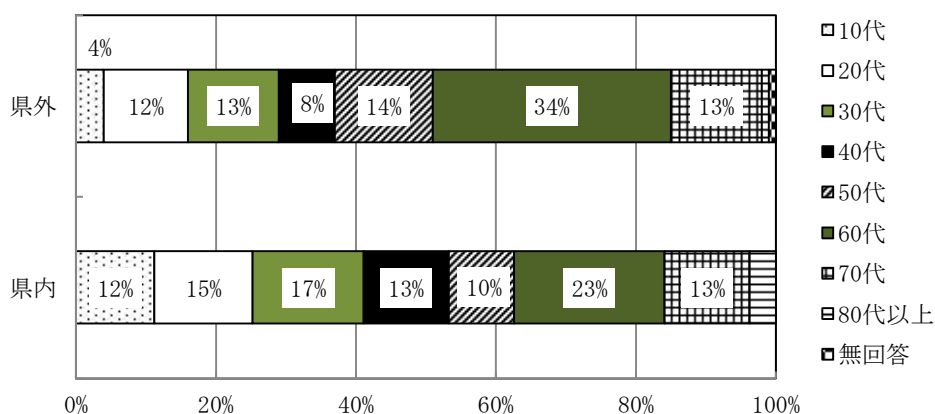
⁹ 調査日としては観光者の多い土曜日曜日祝祭日が妥当であるが、休日は観光者が多く安全性が確保できないため、JR 西日本より平日のみ調査実施の許可が下りた。

式調査である。調査対象者の属性は以下である（図表2）。幅広い年代が観光に訪れているが、数値が最も高い年代は、広島県内在住者（以下「県内」と表記）、広島県外在住者（以下「県外」と表記）ともに60代である（図表3）。特に県外からの60代の観光者は34%と3割以上を占める。体力、経済力、時間に恵まれた世代が観光の活性化に寄与していると言えよう。

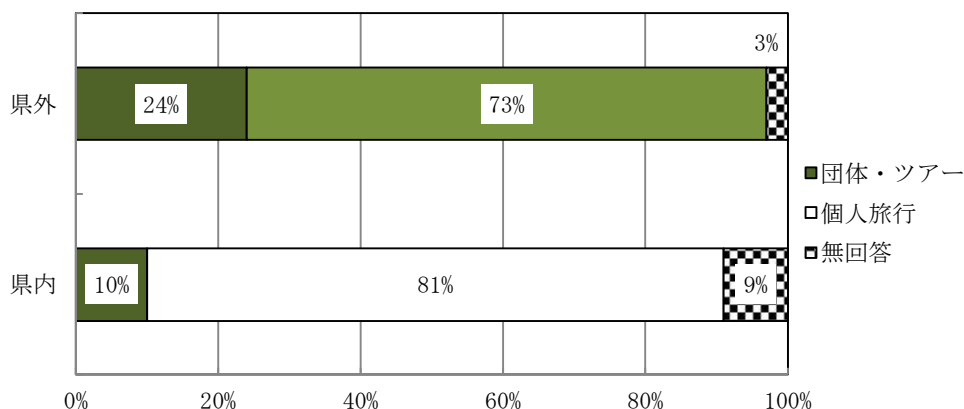
図表 2 調査対象者の性別・県内外

性別	男	女	無回答	合計
県内	39人	101人	3人	143人
構成比	27%	71%	2%	100%
県外	89人	49人	1人	139人
構成比	64%	35%	1%	100%

図表 3 年齢別



図表 4 旅行形態



(2) 観光旅行のスタイル

旅行形態は「個人旅行」が県内81%、県外73%といずれも多い。「団体・ツアー」は県外が24%と、県内10%と比較し数値が高い¹⁰（図表4）。

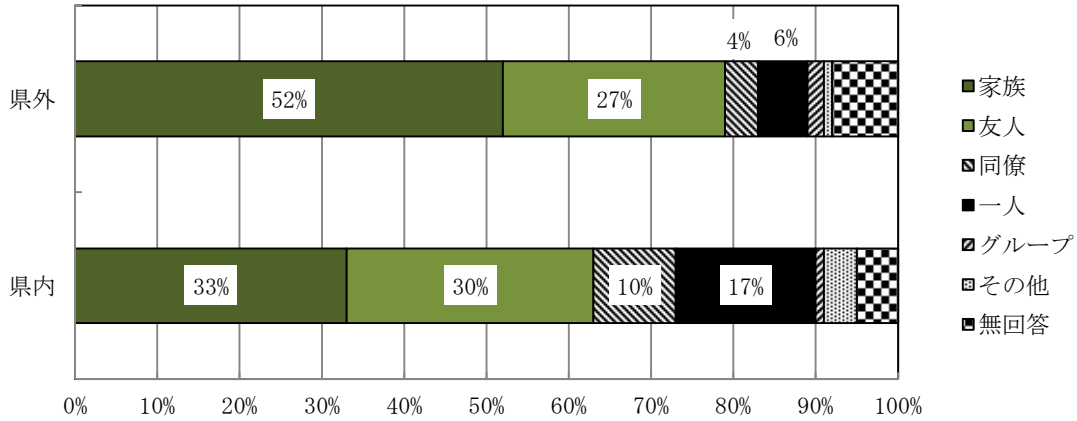
旅行の同行者は、「家族」が県内33%、県外52%と最も多い。特に県外は半数を超えている。その次に「友人」が県内30%、県外27%である（図表5）。

(3) 観光者の居住地と交通手段

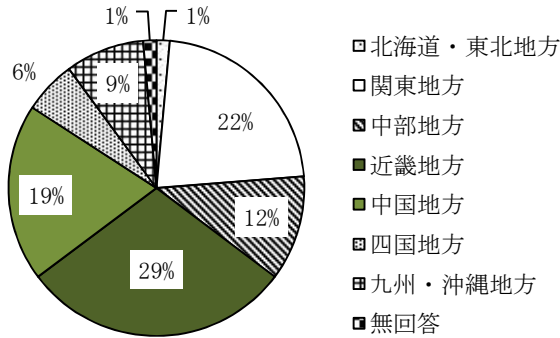
県外では「近畿地方」からの観光者が29%と最も多く、次いで「関東地方」22%、「中国地方」19%、「中部地方」12%と続く（図表6）。

¹⁰ 「個人旅行」とは本調査においては、一人の旅行のことではなく、個人が企画して友人や家族、一人で行う旅行のことを意味している。

図表 5 同行者



図表 6 県外からの観光者の居住地

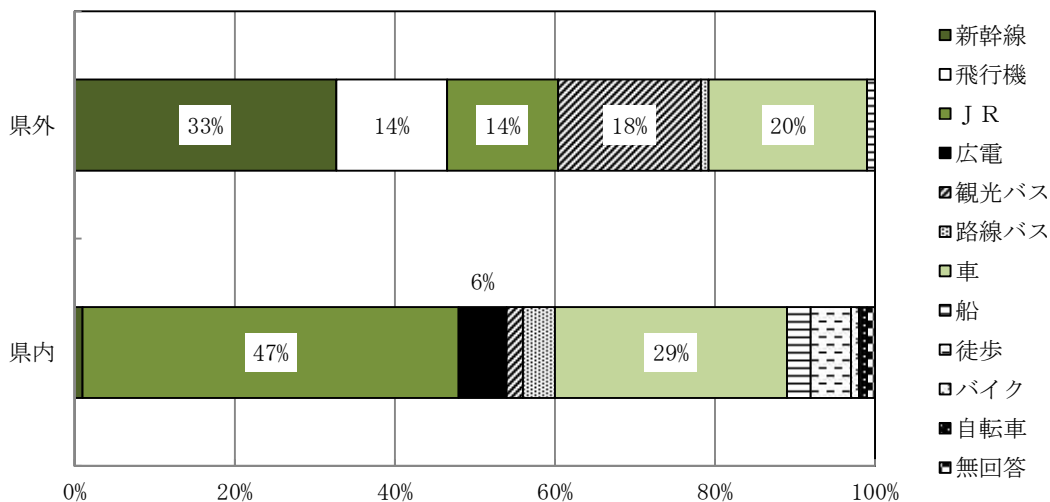


33%と最も多い。広島電鉄の路面電車「広電」は、県内は6%であるが県外は皆無である。県外からの観光者を宮島に導くには、広島駅・広島空港からの動線を容易にかつ簡素にすることが必要である。また県内からは29%が「車」で移動している。駐車場の不足や交通渋滞は以前より課題であるが、自家用車に依存しなければ移動しにくい広島の公共交通インフラの現状に鑑みれば、車移動の観光者を歓待するために、駐車場の確保やJRと連携しながら交通渋滞の緩和をいかに図るかが課題である。具体的には、宮島口港より離れた場所での駐車場増設、そこから宮島口までのシャトルバスの頻繁な運行である。

宮島までの交通手段は、図表7に示したように、県内では「JR」が47%、県外では「新幹線」が

14%と低くない。広島空港から宮島口までのシャトルバス運行も一案であろう。

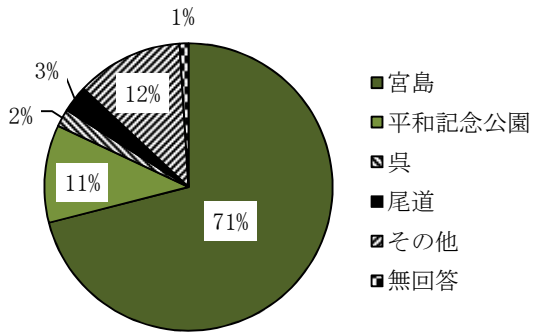
図表 7 主な交通手段(複数回答可)



(4) 広島県観光の目的や要因

「宮島」を目的に観光に訪れた人が71%と最も多い。次いで「平和記念公園」11%である。「その他」12%は、「野球観戦」や「知人に会いに来た」という理由がみられた(図表8)。

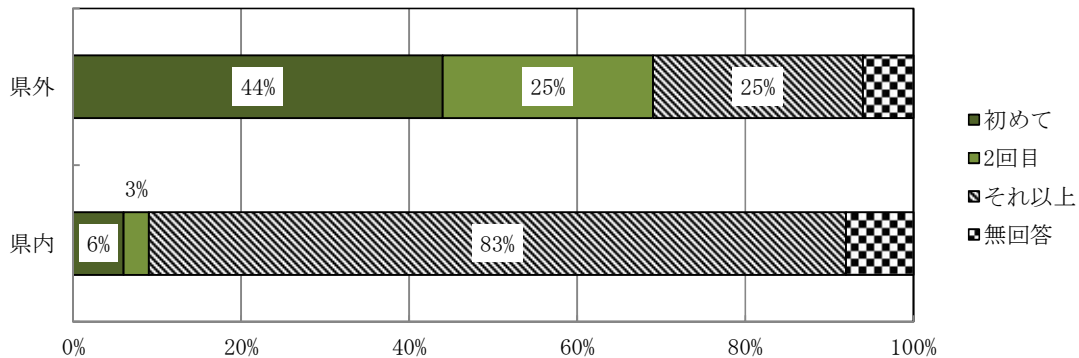
図表 8 県外からの観光者の広島県観光の目的



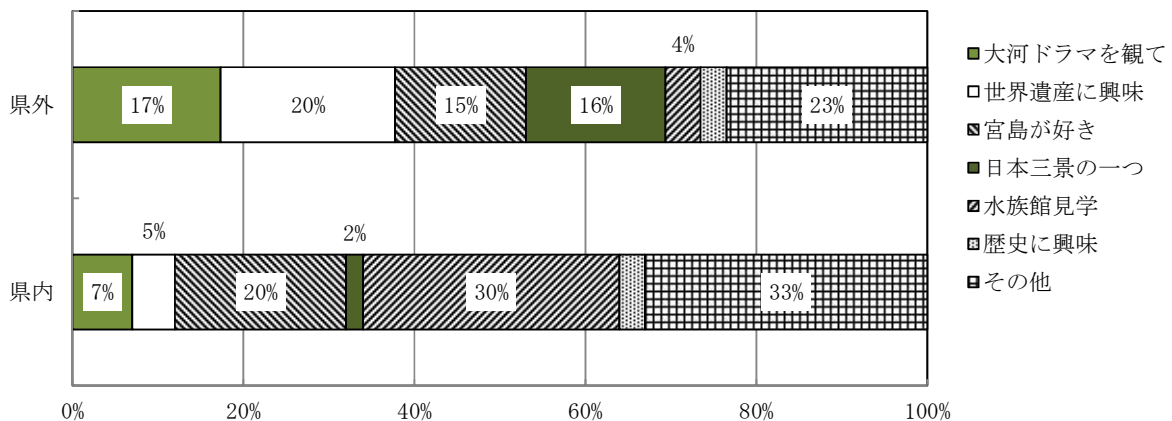
宮島の訪問回数は図表9に示した。県内では、「それ以上(3回以上)」が83%と最も多く、県外では「初めて」が44%と多い。県外の「2回目」と「それ以上」を合算すると50%で、県内・県外ともにリピーターが多い。

宮島訪問の理由は以下である(図表10)。県外からの観光者は、「世界遺産に興味」20%、「日本三景の一つ」16%と、宮島そのものの魅力に注目している率が、県内と比較して高い。また「大河ドラマを観て」が県内では7%であるが、県外では17%であり、ドラマの影響が県外のほうが高い。県内・県外ともに最も多いのは「その他」である。具体的には厳島神社への参拝を目的にした人や、県内では「仕事」という人が多かった。「水族館見学」は県内30%、県外4%であり、リピーターの多い地元において人気が高い。

図表 9 宮島訪問回数



図表 10 宮島訪問の理由

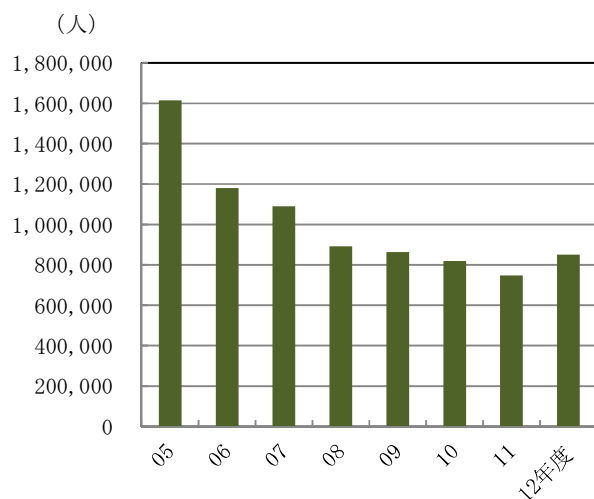


3. 大和ミュージアム来館者調査

広島県呉市におけるNHK大河ドラマ「平清盛」の縁の地としては音戸の瀬戸が挙げられるが、本稿では大和ミュージアムに焦点を当てる。大和ミュージアムは2005年4月23日に呉市直営として開館、その後2008年4月1日から、管理運営や広報部門のみ指定管理者制度を導入している¹¹。

大和ミュージアムの来館者数を図表11に示した。開館時には160万人を超える来館者を記録したがその後減少し、2012年度は80万人と開館時の半数程度を維持している。

図表 11 大和ミュージアムの来館者数の推移



資料：大和ミュージアム資料より

2007年度の粟屋ゼミナール生が、大和ミュージアムの来館者調査を2007年夏に行っている¹²。その後の広島県「おいしい！広島」観光キャンペーンや、NHK大河ドラマ「平清盛」の影響で、観光者の動向に何らかの変化が起きたかを確認するために、2013年度の粟屋ゼミナール生が同様の調査を行った。それらについて報告をする。

¹¹ 指定管理者は凸版印刷（株）を代表とする「大和ミュージアム運営グループ」、学芸部門は呉市直営を維持している。

¹² 比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科の学生である。詳細は『学生の視点でみた社会とCSRの課題－広島県観光活性化に対する調査（ナゼ広島ニキタノカ）－』（比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科粟屋ゼミナール、2007）を参照のこと。
<http://www.hijiyama-u.ac.jp/users/awayai/images/sotsuron/2007shakaikouken.pdf>（2013年12月10日確認）

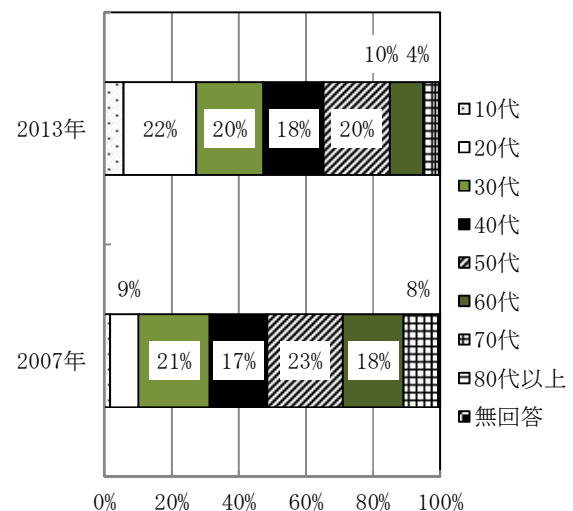
(1) 調査概要

調査対象は大和ミュージアム来館者男女個人300人、調査方法は大和ミュージアム館内における聞き取り式調査、調査主体は2013年度比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科6名¹³、調査日は、2013年5月25日（土）、26日（日）、6月1日（土）、7月6日（土）の4日間である。

まず来館者の性別であるが、「男性」228名、「女性」72名と男性の率が高い¹⁴。

次に来館者の年齢構成であるが、「20代」、「30代」、「40代」とほぼ一律に来館している。2007年と比較すると、「20代」の率が9%から22%と上昇している。若い世代が興味を持ち始めていることがわかる（図表12）。

図表 12 来館者の年齢構成
(2007年 n=600, 2013年 n=300 以下同様)



(2) 来館者の居住地

大和ミュージアムの来館者が、どの地方から来ているのか確認してみよう（図表13）。最も数値の高いのは「中国地方」33%、続いて「近畿地方」20%、「関東地方」18%である。2007年と比較し「関東地方」は9%から18%と増加している。反面、「四国地方」が12%から6%、「九州・沖縄地方」が12%から7%に低減している。

¹³ メンバーは、橋本美佳、浜寄里欧、土方里咲、一橋彩花、前田真希、宮内まどかである。

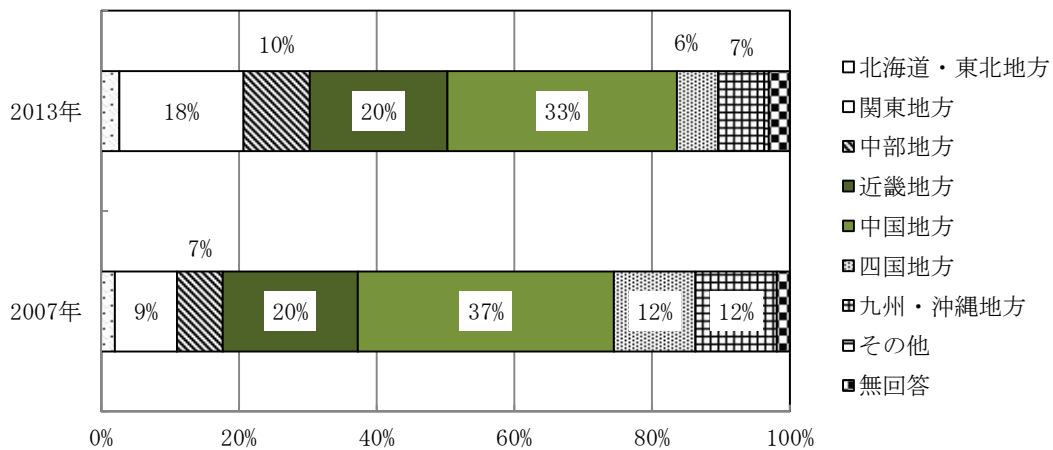
¹⁴ ただし、アンケートに応じてくれた人が「女性」よりも「男性」が多かったことより、この数値割合がそのまま実際の来館者の男女比を表すものではない。

広島県内居住者のみ抽出して居住地を確認した結果が図表 14 である。「広島市」からの来館者が 44% から 56% に増加し、「福山市」からの来館者が 34% から 7% に減少している。

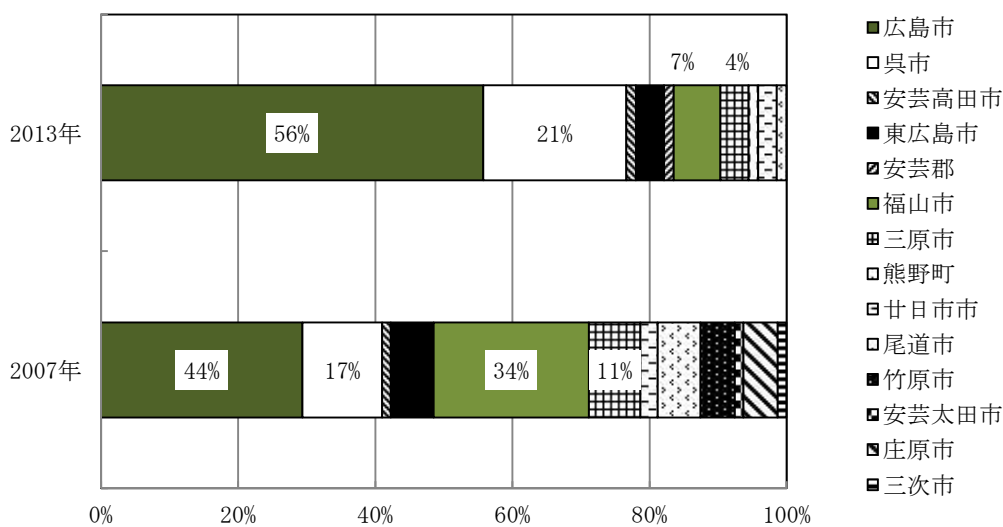
(3) 交通手段

大和ミュージアムに来館するまでの交通手段は図表 15 にまとめている。2013 年調査において最も利用率の高い交通手段は「乗用車」で 31% である。次に「新幹線」が 18%、「JR」11% と続く。2007 年と比較すると「飛行機」「新幹線」の割合が増加している。「関東地方」からの来館者が増加したことで、交通手段も変化している。

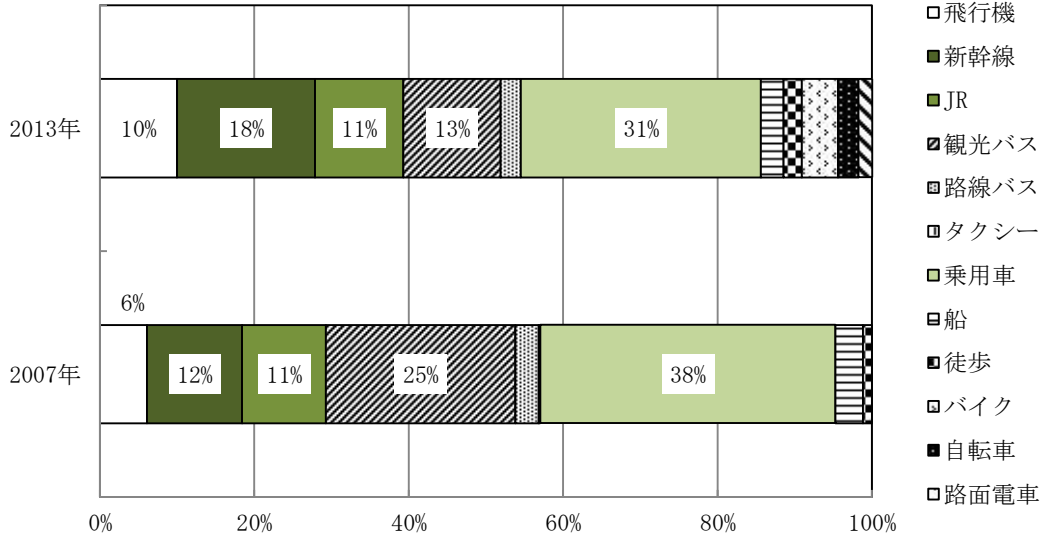
図表 13 来館者の居住地（地方別）



図表 14 広島県内来館者の居住地



図表 15 主な移動交通手段（複数回答可）



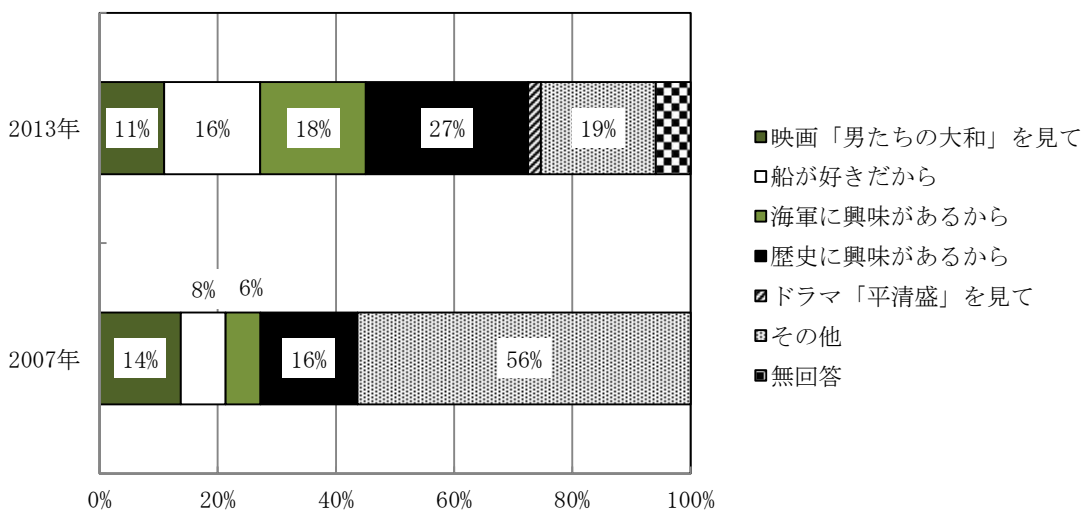
（4）来館誘因と観光地の連携

大和ミュージアムを訪問しようと思ったきっかけは図表 16 である。最も数値の多い回答は「歴史に興味があるから」27%、次に「その他」19%、「海軍に興味があるから」18%、「船が好きだから」16%と続く。映画「男たちの大和」は2005年12月より劇場公開された映画であり、8年と年数は経っているが、2007年と比較するために2007年時の質問項目と同様に尋ねた。その結果、映画を観たことで来館した

人は2007年時の14%から減少はしたものの、11%を占めていた。

2007年と2013年を比較した際の最も顕著な相違は、大和ミュージアム見学を目的としない、つまり観光以外を主目的とし、そのついでに立ち寄ったという「その他」の率が、56%から19%へと大きく減少したことである。また歴史・海軍に興味がある率が高いことより、レジャーではなく知的好奇心をくすぐられての訪問が増加している。

図表 16 大和ミュージアムを訪問する誘因

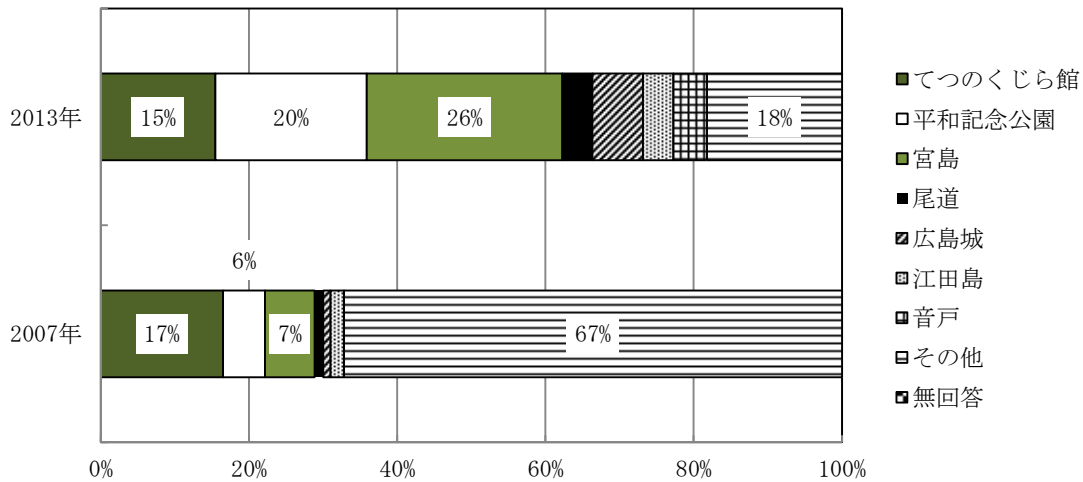


大和ミュージアムを訪問する前に立ち寄った広島県内の観光地は図表 17 である。最も多い回答は「宮島」26%、次いで「平和記念公園」20%、「その他」18%である。2007 年は「その他」が 67%と極めて高かった。それは観光目的以外の用途であったということである。

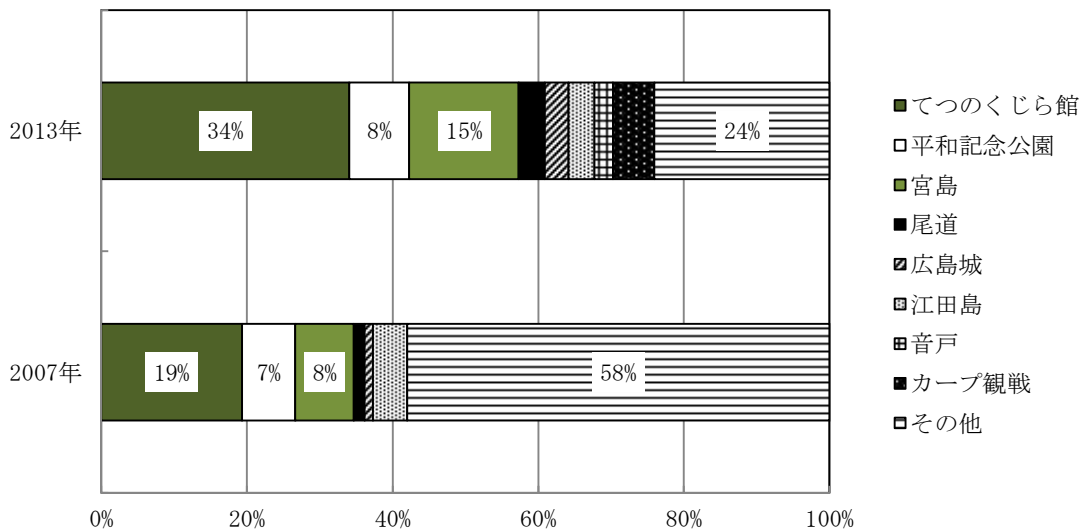
大和ミュージアムを訪問した後に立ち寄る予定の広島県内の観光地は、図表 18 である。最も数値の高

い項目は「てつのかじら館」34%、次いで「その他」24%、「宮島」15%である。2007 年は観光以外の「その他」が 58%と半数以上を占め、「てつのかじら館」は 19%、次いで「宮島」8%であった。先の「大和ミュージアム訪問前に立ち寄ったところ」と合算して捉えれば、複数の観光地を巡るという行動を観光者がとるようになったと言えよう。

図表 17 大和ミュージアム訪問前に立ち寄ったところ



図表 18 大和ミュージアム訪問後に行く予定のところ



(5) 認知と興味

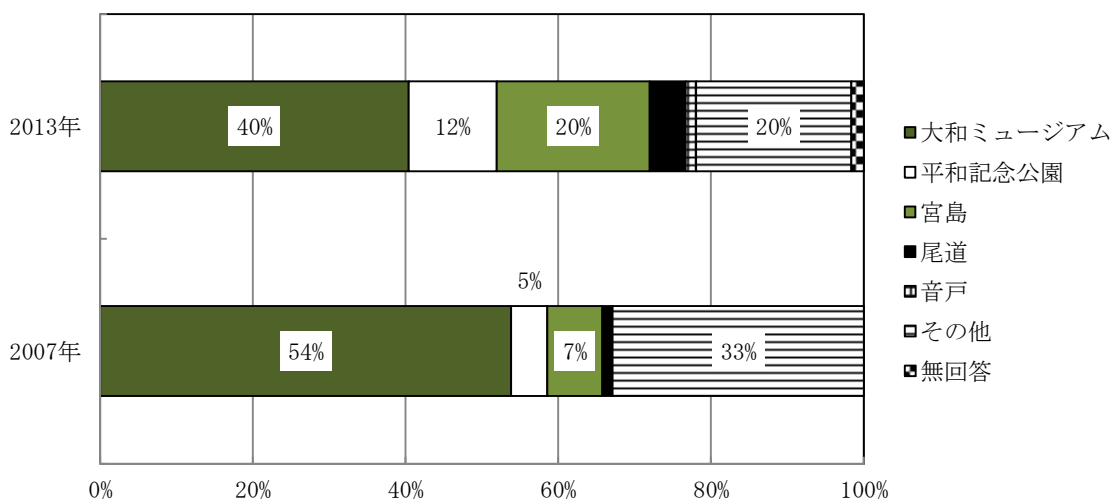
広島に観光に来た一番の目的は図表 19 である。「大和ミュージアム」で調査したため、最も多い回答は40%の「大和ミュージアム」の訪問である。次が「その他」20%、「宮島」20%、「広島平和記念公園」12%である。「その他」は観光が目的ではなく、仕事や親せきの家を訪ねるなどの目的を含む。2013年と比較すると、2007年は「その他」が33%と、観光以外の目的が多い。

広島県を訪問した回数は図表 20 である。2013年は「初めて」の訪問が31%であり、20%であった

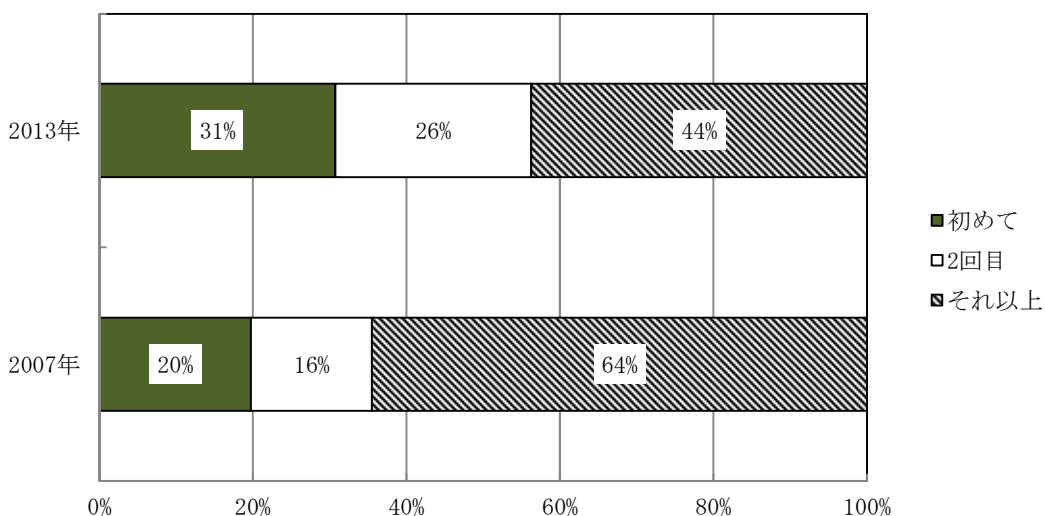
2007年と比較し11ポイント増加している。広島に興味を持って初めて足を運んでくれた人が増えたということである。広島の観光キャンペーン「おいしい！広島県」が他県において功を奏したことを窺わせる結果である。その反面、リピーターが割合としては減少している。

なお、大和ミュージアム、宮島、平和記念公園以外の観光地の認知度は図表 21 である。大和ミュージアムや宮島・平和記念公園以外の観光地は、尾道、三原、県北部などが挙げられる。それらの認知度は低い。

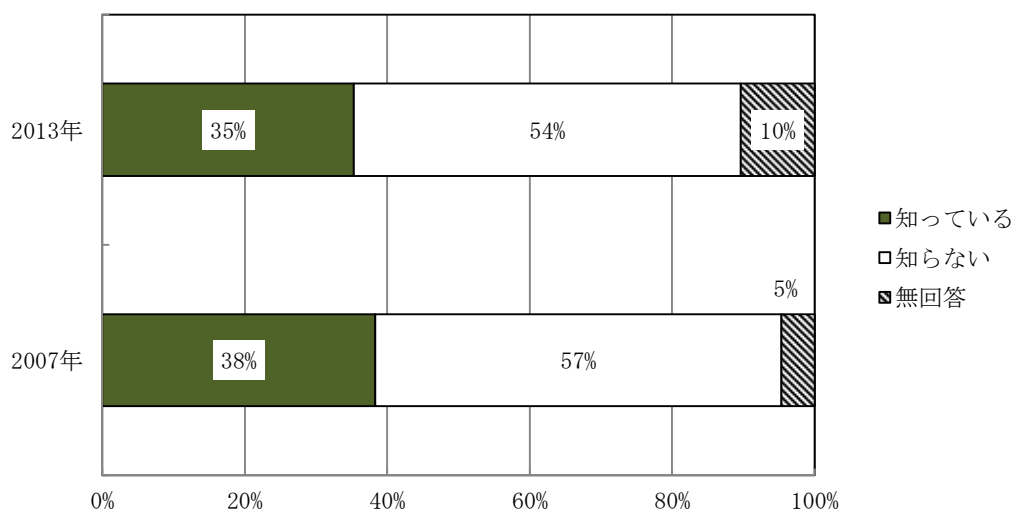
図表 19 広島に観光に来た目的（複数回答可）



図表 20 広島県を訪問した回数



図表 21 広島県の観光地について、大和ミュージアムや
宮島・平和記念公園以外にどこかを知っているか？



4. おわりに

(1) 観光キャンペーンの成果

以上、宮島の観光者と大和ミュージアム来館者の調査結果を提示し、各々考察を加えた。宮島の調査では広島県外・県内在住の比較に、大和ミュージアムの調査では2007年時点との比較に焦点を当てたものである。総じて、広島県の全国的な観光キャンペーンPRは、効果があったと言えるであろう。

(2) 知的好奇心をくすぐる観光地

両方の調査で観光の目的を尋ねたが、宮島口では宮島を目的と回答した率が71%、大和ミュージアムでは大和ミュージアムを目的と回答した率が40%であった。大河ドラマの影響も大きいであろうが、世界遺産厳島神社を有する宮島の人気は圧倒的である。宮島は広島観光の要として存在している。

大和ミュージアム来館者総数は、開館時より半減しているが、とはいえ、現在の来館者の訪問目的は大和ミュージアムの趣旨と合致するものである。というのも、「歴史」や「船」が好きなど日本の科学技術への興味関心が、来館の主な誘因となっているからである。宮島においても、世界遺産に興味があることから訪れた人が20%いた。このような結果から、広島観光は知的満足を訴求点の一つにすることも可能である。

映画「男たちの大和」から8年も経過しながら、来訪理由に挙げた人が30名以上もいたことにも注目したい。リピーターの多い宮島も同様であるが、歴史をベースにした物語への知的好奇心というのは、持続性が高い傾向にあることが窺える。単なる風光明媚な景観とは、一味違う魅力のあるコンテンツとして受け止められているようだ。知的好奇心を満足させるようなイベント、ワークショップなどの企画や、それらを効果的にPRすることも、広島県観光を一層活性化させる一助になる。

(3) 東日本からの観光者の増大

また来館者の居住地では、東日本、特に関東地方の数値が伸びてきている。大和ミュージアムの2007年の調査結果からは、当時筆者は大阪以東からの観光者を増加させることが、広島観光活性化の課題であると考えていたが、その課題は克服されつつあると言えよう。宮島でも関東地方からの来訪率は22%、大和ミュージアムでは関東地方と中部地方を合わせて28%である。

現在のキャンペーンを次年度以降も継続することで、東日本からも気軽に飛行機やJRを活用し広島を訪れる観光者が増加することを期待したい。もちろん、西日本からの観光者には、リピーターとして再訪してもらえるような飽きのこない観光手法を次々と生み出すことも一考に値する。

(4) 観光地リレーへの期待

また、2007年と比較し、大和ミュージアム訪問前後に他の観光地訪問がなされていることに注目したい。宮島には、大和ミュージアム来館前に26%、来館後に15%の人が訪れている。合算すれば、大和ミュージアム来館者の約4割が大和ミュージアムと宮島の両方を訪問していることになる。宮島口における調査では、宮島訪問の前後の訪問場所を質問していないので、宮島以外の観光地を訪問したか否かの事実確認はできてはいないが、先述したように宮島の人気度は高い。したがって、宮島から他の観光地に誘導する工夫がなされれば、観光地を往来する観光地リレーが活発になると思われる。

観光地リレーを成すためには、移動手段がカギとなる。広島は道路網は以前と比較し、ずいぶん充実してきた。そのなかで「おいしい」のは広島の公共交通インフラの脆弱さであることは言うまでもない。広島空港から要所までの交通アクセス、JRの本数増加など、現状のインフラで工夫の余地はある。

また、観光地リレーを広島東部は岡山・倉敷地域と、広島西部は山口・岩国地域と、というように他県とグルーピングもできよう。今年の春からは愛媛県とタグを組んでの「瀬戸内しまのわ2014」が開催される。多くの観光者が広島を訪れ、学び、楽しみ、グルメだけでなく知的な好奇心を充足することで満足して帰途に就くことを願う。

プロフィール

あわや・ひとみ

博士(経営管理学)。比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科 准教授。立教大学大学院ビジネスデザイン研究科博士課程後期課程修了。専門はCSR論、戦略論。マツダ株式会社に勤務後、2001年より現職。