

A scenic photograph of a sunset over a hill. The sun is low on the horizon, casting a warm orange glow across the sky and illuminating the clouds. In the foreground, the dark silhouettes of trees and branches are visible. On the hill in the background, there is a large, white, standing statue of a figure, possibly a deity or historical figure, and a small building with a pointed roof. The overall atmosphere is peaceful and serene.

釜石市観光来訪調査

2019年2月16日

株式会社かまいしDMC

調査の目的

- 釜石市の旅行に対する実態を把握する
- 属性、回数、時期、目的、消費内訳等
- 基本情報(属性)、旅行プラン、釜石の印象、防災プログラムについて

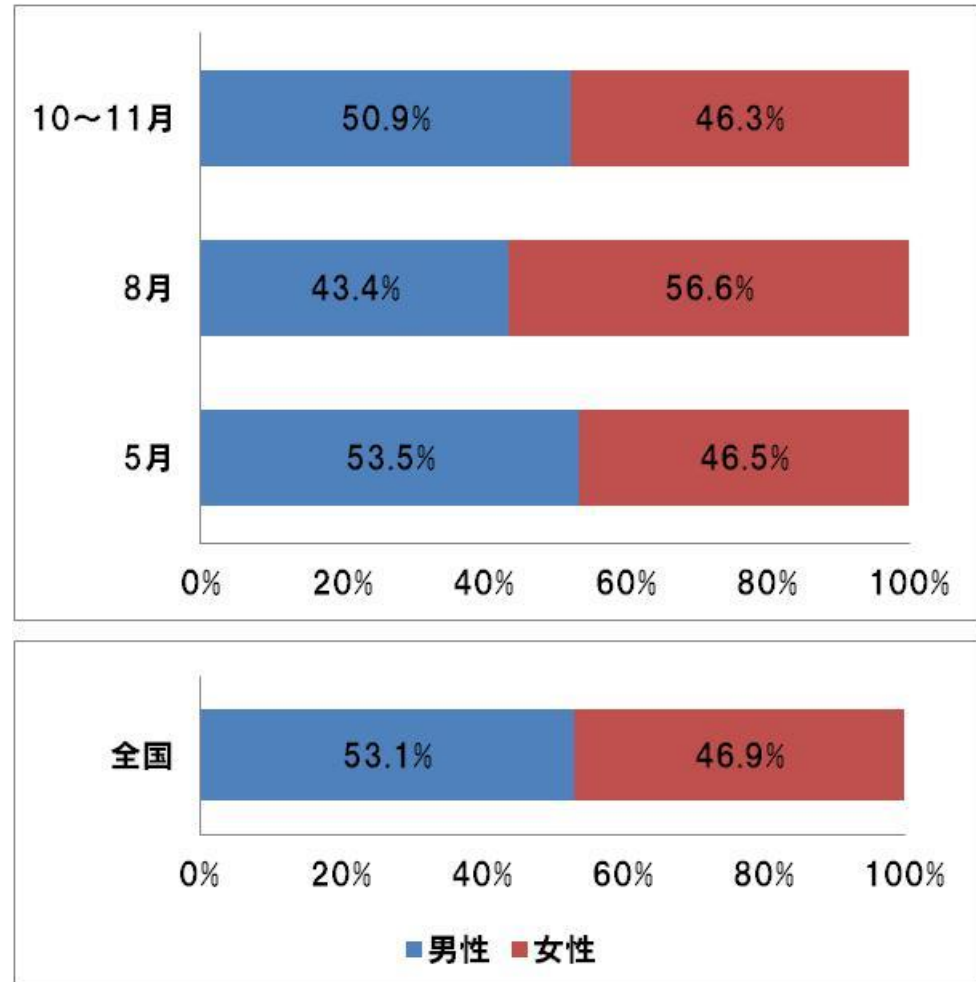
調査の概要



調査対象	20代以上の男女	
調査場所	5月	釜石駅 道の駅仙人峠 橋野鉄鉱山 旅館 ホテル
	8月	釜石鵜住居復興スタジアム
	10月～11月	釜石駅 道の駅仙人峠 橋野鉄鉱山 旅館 ホテル
調査日	2018年5月4日(祝)	
	2018年8月19日(日)	
	2018年10月～11月の8日間・秋調査	
回収票数	5月・235サンプル、8月・247サンプル、10～11月・175サンプル	
調査手法	調査票配布による対象者自身による自記式調査	
参考資料	観光庁 旅行・観光消費動向調査 2018年4～6月期確報	

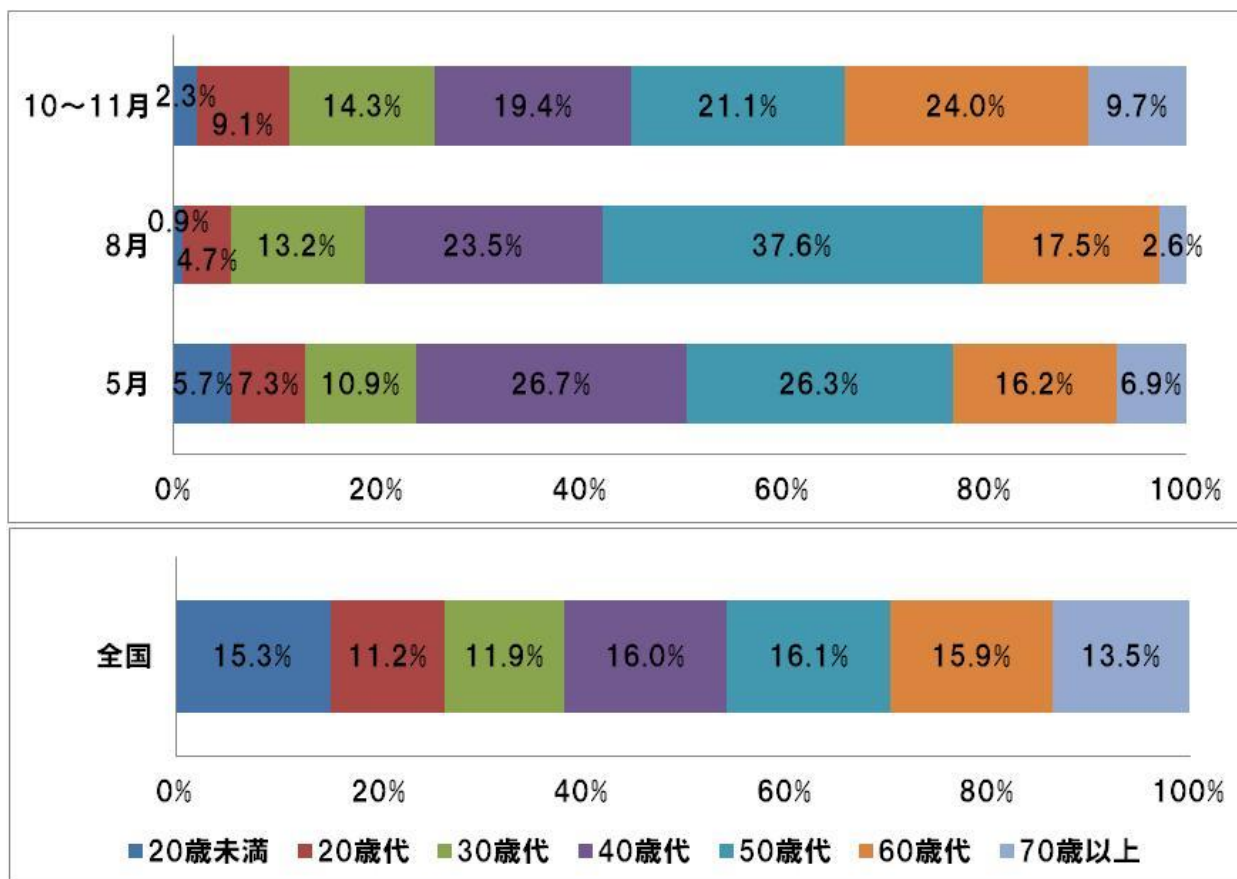
プロフィール:性別

- 5月(GW)は女性が多かったが、8月と秋の調査を見ると男性が少し多くなっている
- 全国調査とほぼ変わらないと考えられる



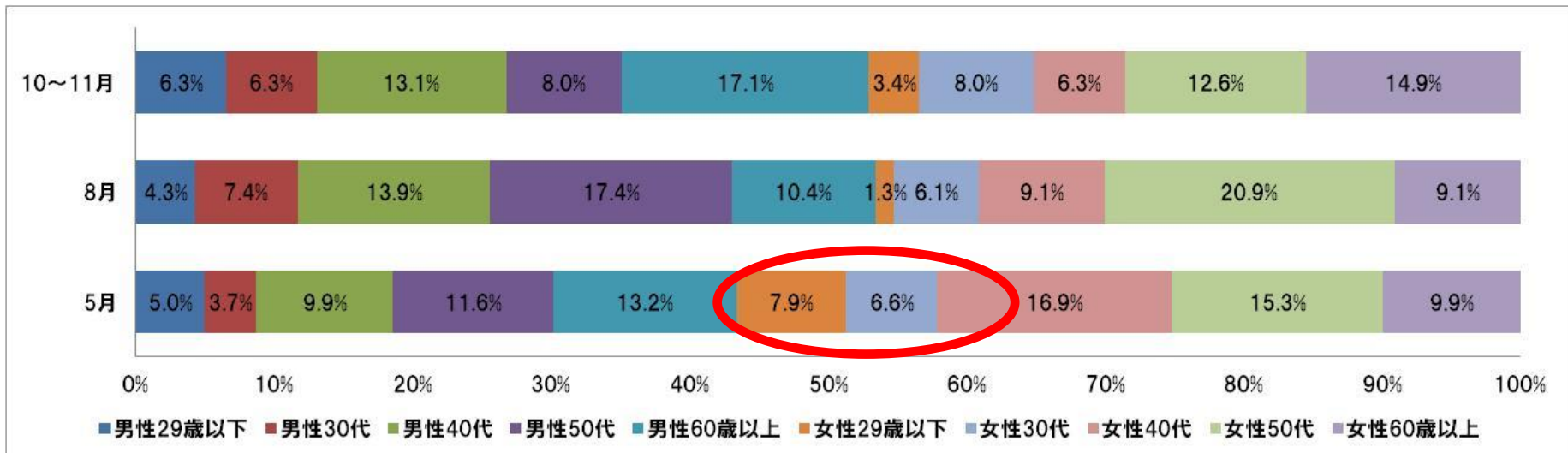
プロフィール:年齢

- 全国と比較して、40歳代、50歳代、60歳代が多い

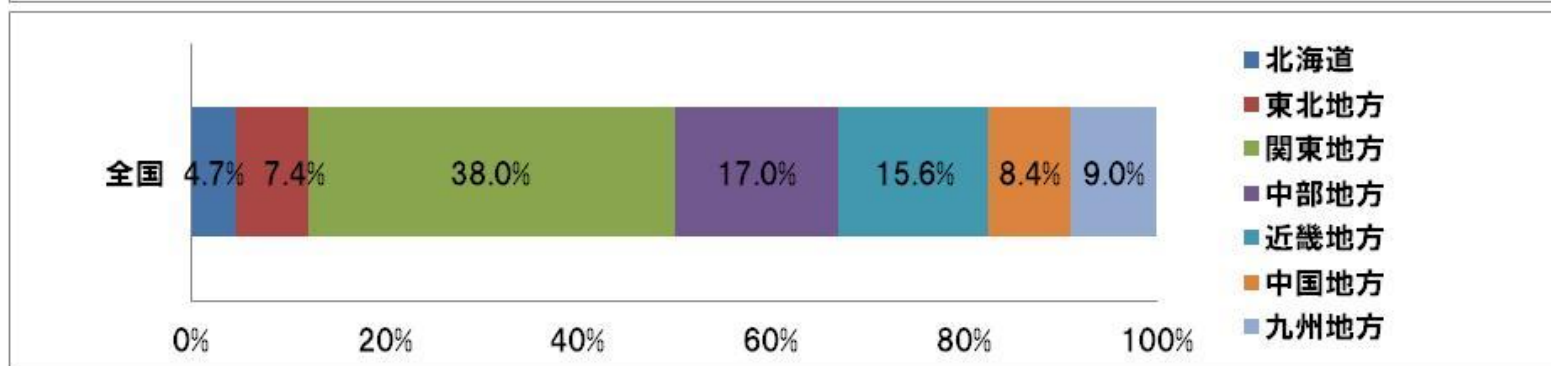
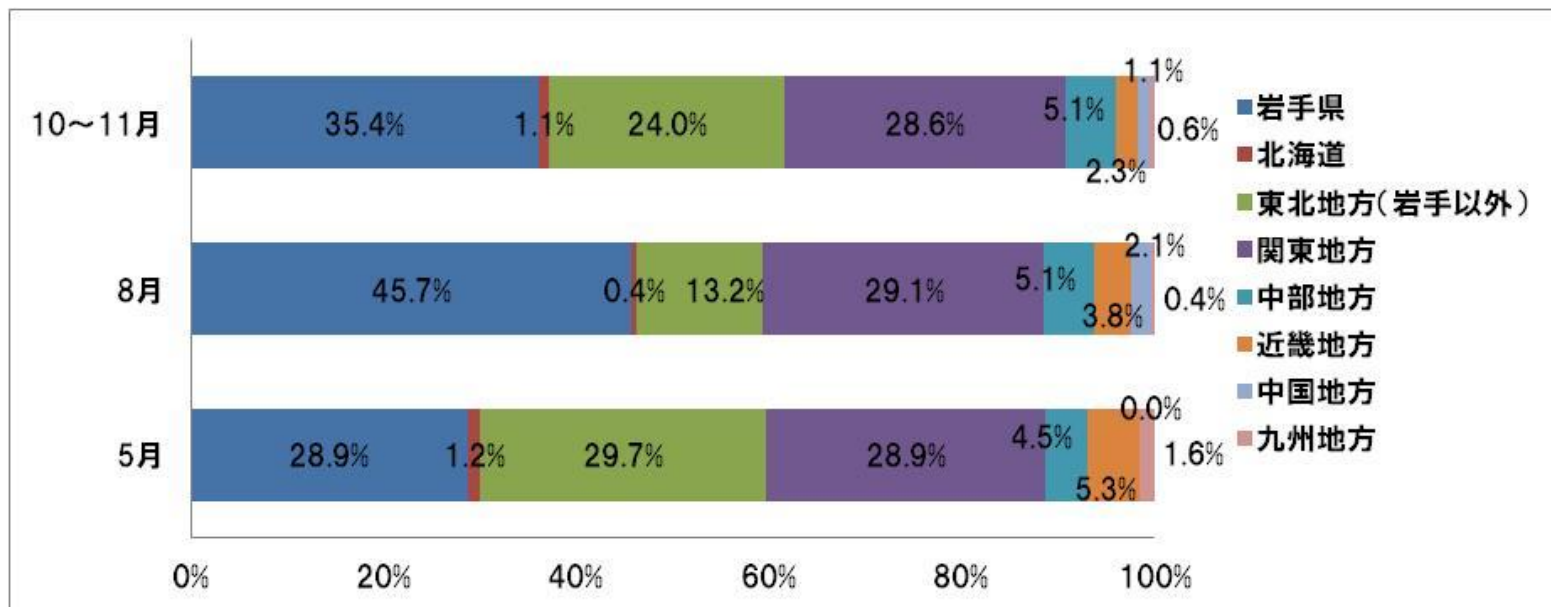


プロフィール:性別、年齢

- ・ 8月、50歳代男性が多いのはラグビーファン
(1979～1985の連覇時代)
- ・ 5月は若い女性が少し多めになっている(約15%)



プロフィール:居住地

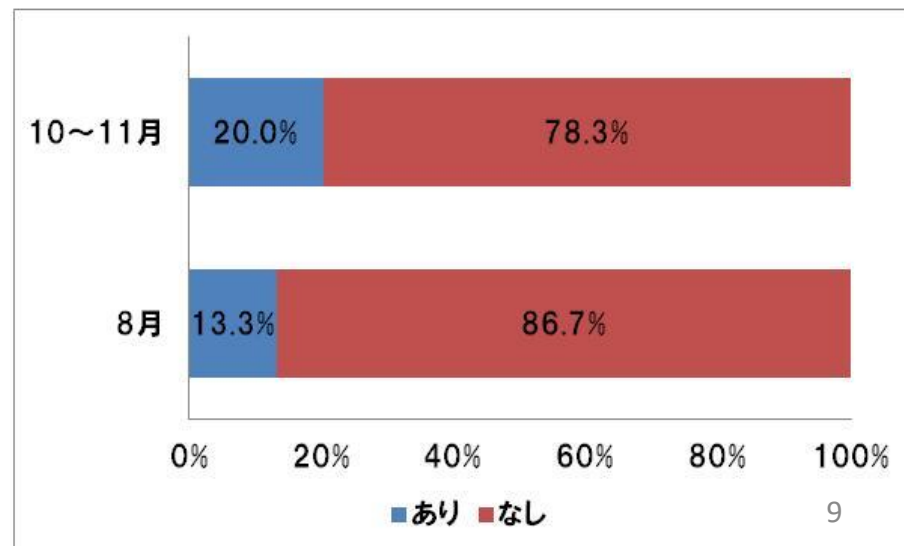
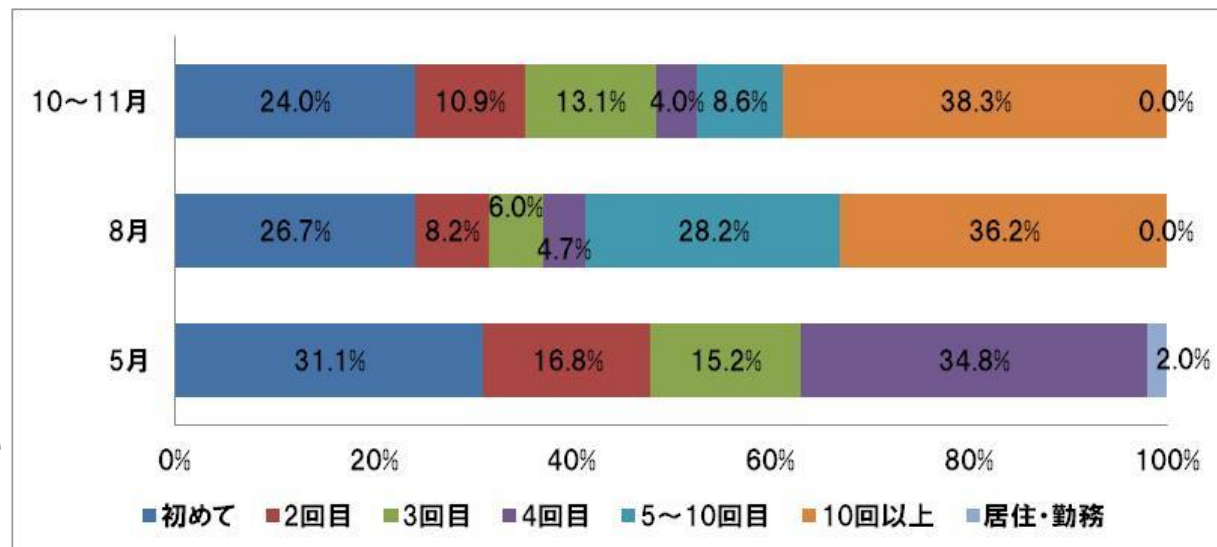


プロフィール:居住地

- **岩手県、東北地方、関東地方で9割近くを占める**
- **大ざっぱにそれぞれ3割(岩手)、3割(東北)、3割(関東)となっている**
- **関東地方が多いが、全国の比率(東北地方と関東地方)を比較すると、それほど多くないとも見てとれる**

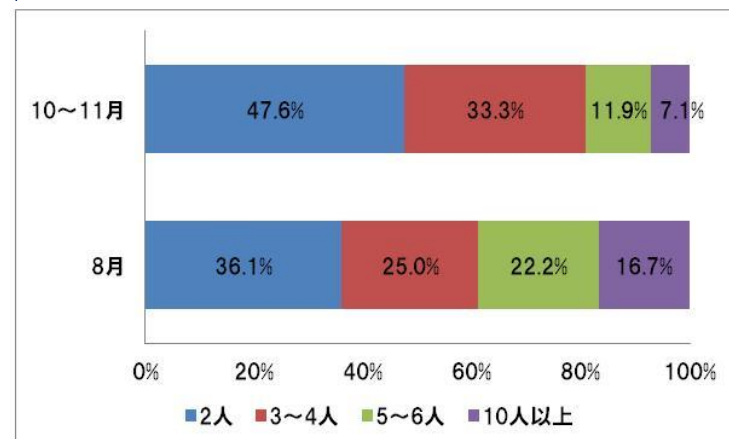
プロフィール：訪問回数、居住・勤務経験

- 8月、秋の調査時は10回以上がかなり多くなっている
- 5月(GW)は特殊であると考えられる
- 勤務・居住経験は思ったより多くない印象

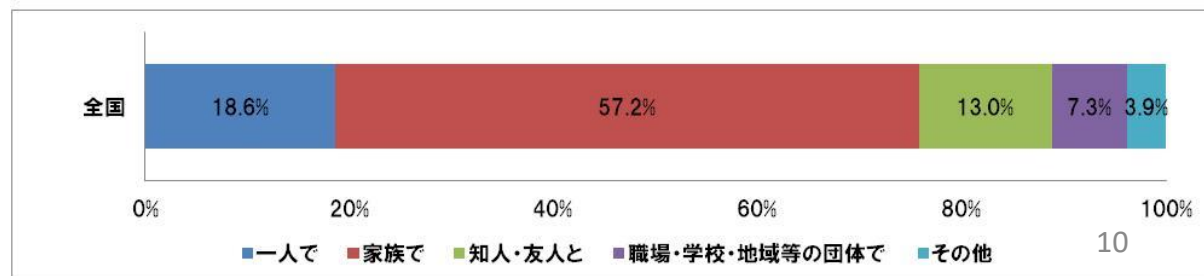
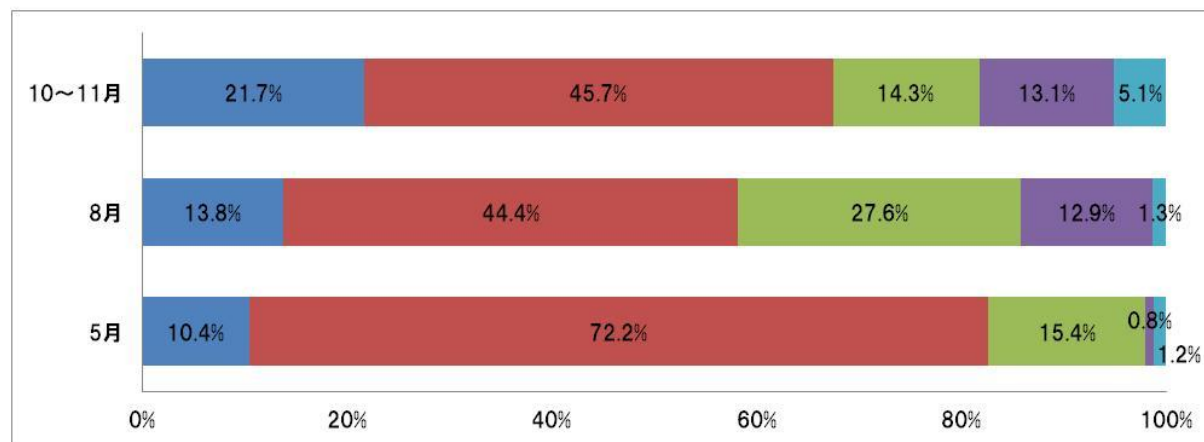


プロフィール:同行者、人数

- 釜石は家族で、夫婦2人、40～60歳代が強いことが分かる

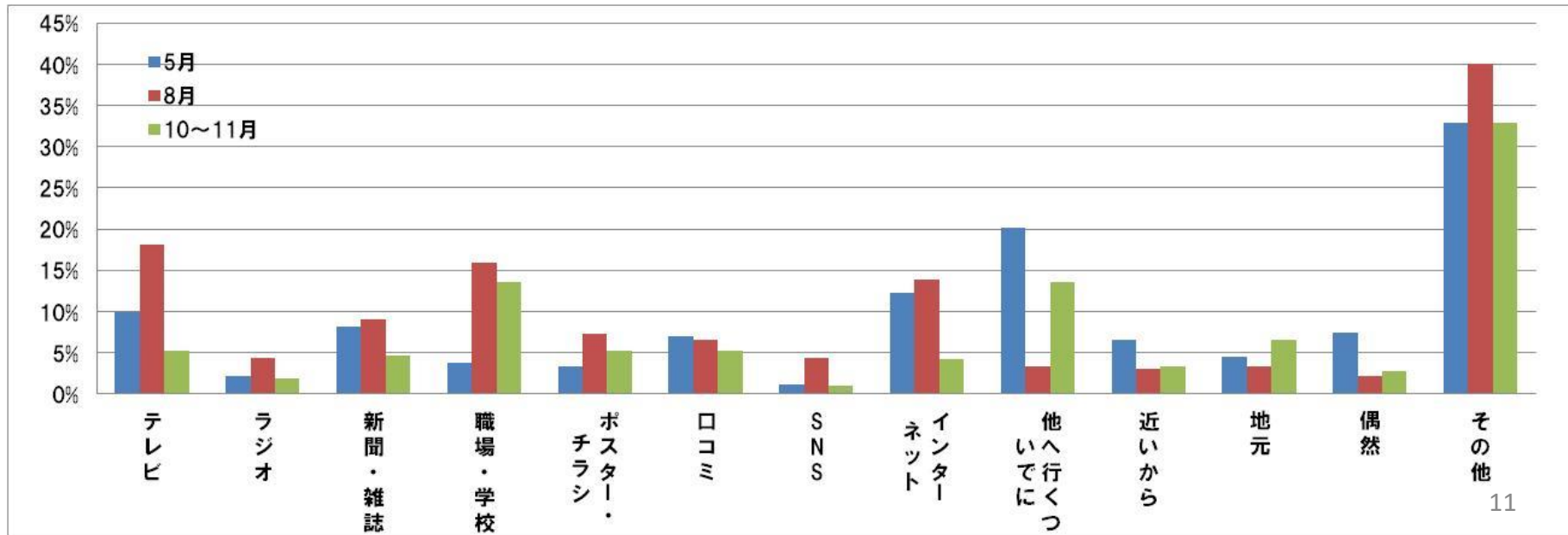


- 参考として全国夫婦・パートナーの比率は19%である



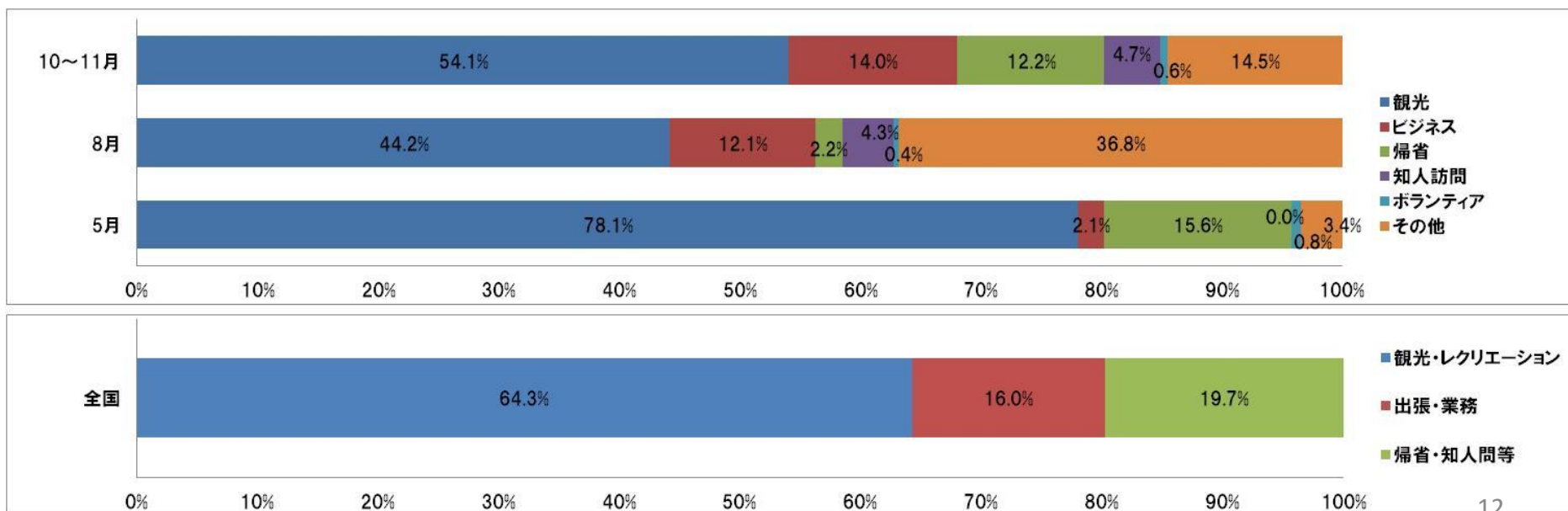
プロフィール：来訪のきっかけ

- 全体として、初めて来た人のきっかけである傾向がある？
- 「その他」は、釜石に来た目的となっている・・・3割が目的があって来ていることになる
- 一方で「ついでに」が多い
- 8月はラグビーイベントが目的
- 勤務・居住していた、知人・友人に会う、両親の実家に行くが多い
- SNSは低い数値、若い人が少ないからと考えられる



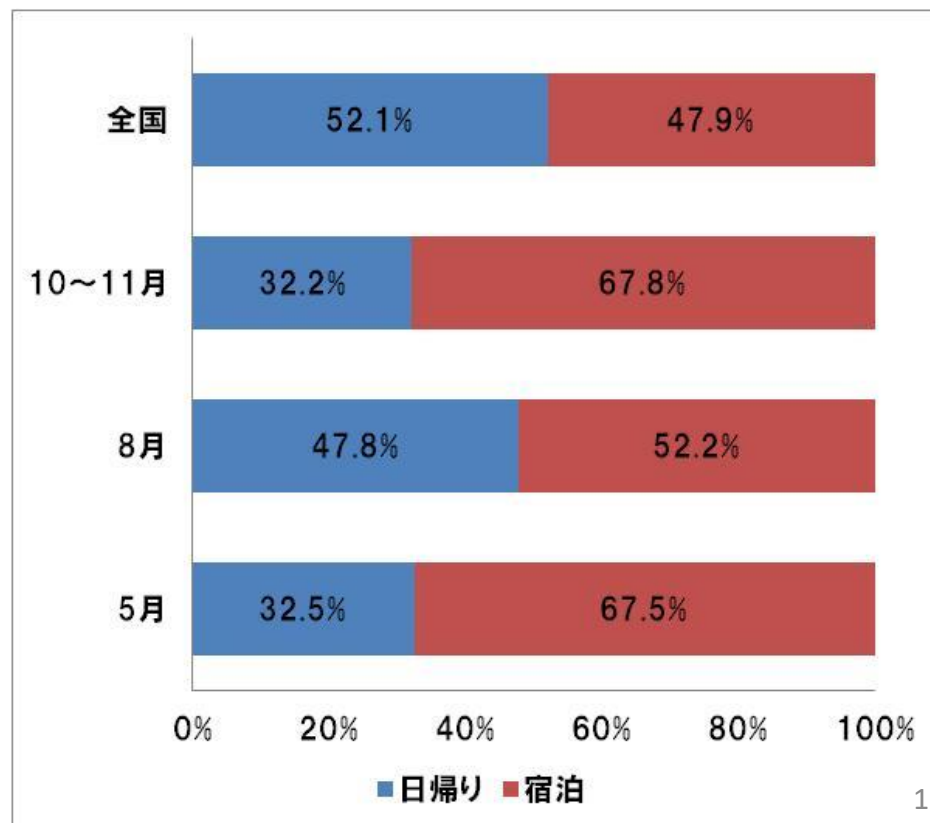
旅行プラン：目的

- 全国と比較して観光とビジネス、帰省・知人訪問の比率は、ほぼ同じである
- 8月の「その他」はラグビーイベント
- 秋の「その他」は基本的に観光である



旅行プラン: 宿泊の有無

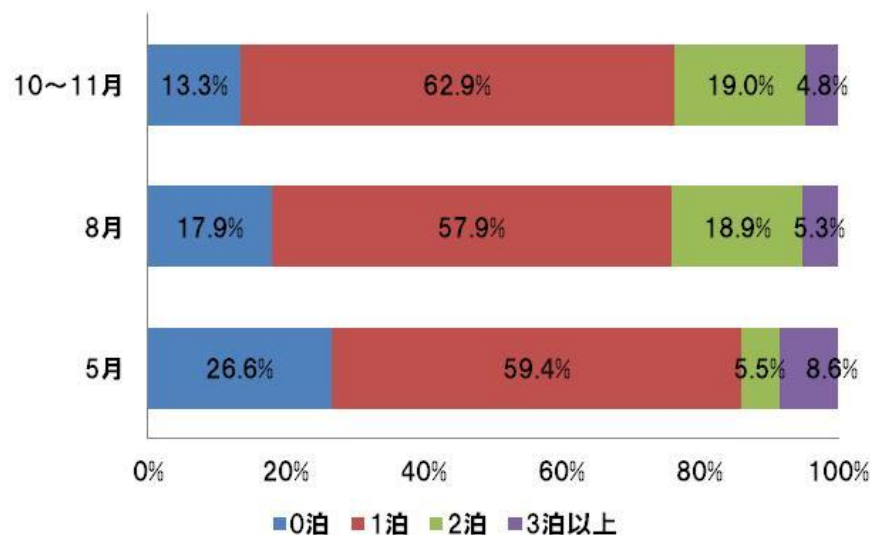
- 全国平均と比較して20%近く宿泊が多い
- 交通の便が悪いことが幸いしている？
- 8月はラグビーイベントのため日帰りが多いと思われる



旅行プラン: 宿泊日数

- 全国調査より少しだけ宿泊日数が多い
- 三陸の他のまちや遠野と合わせた立ち寄り需要がある

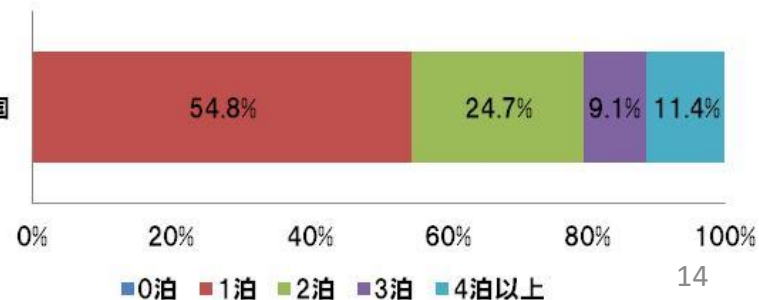
全日程の内、釜石泊



全日程

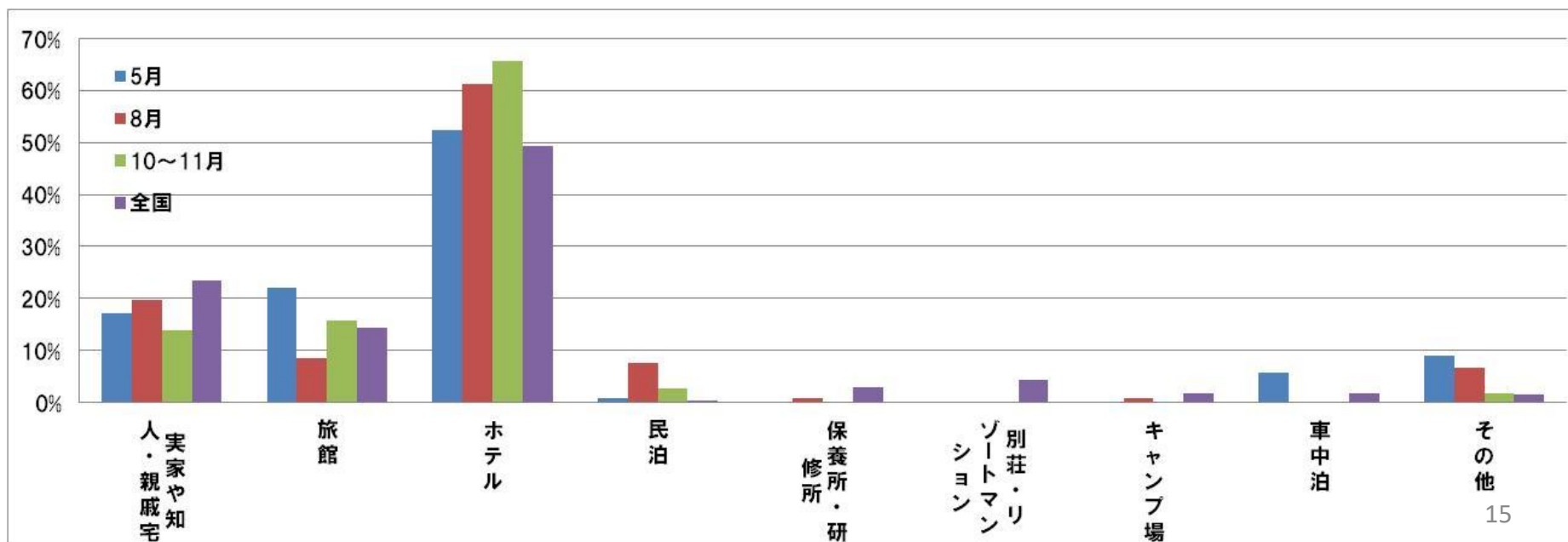


全国

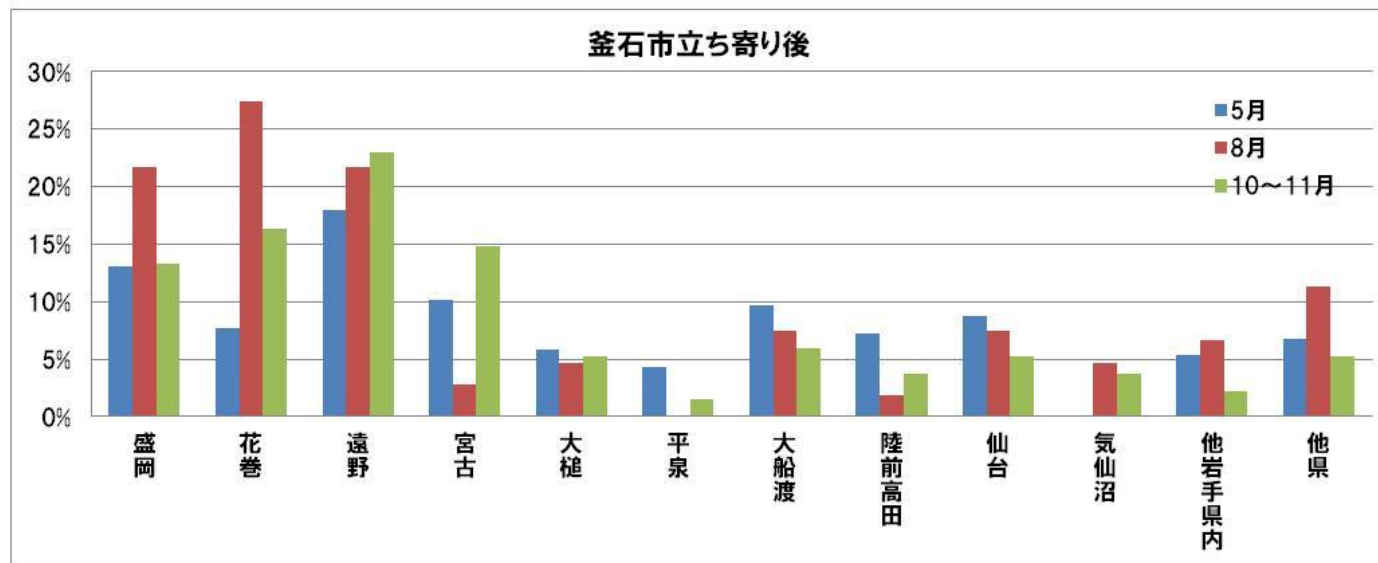
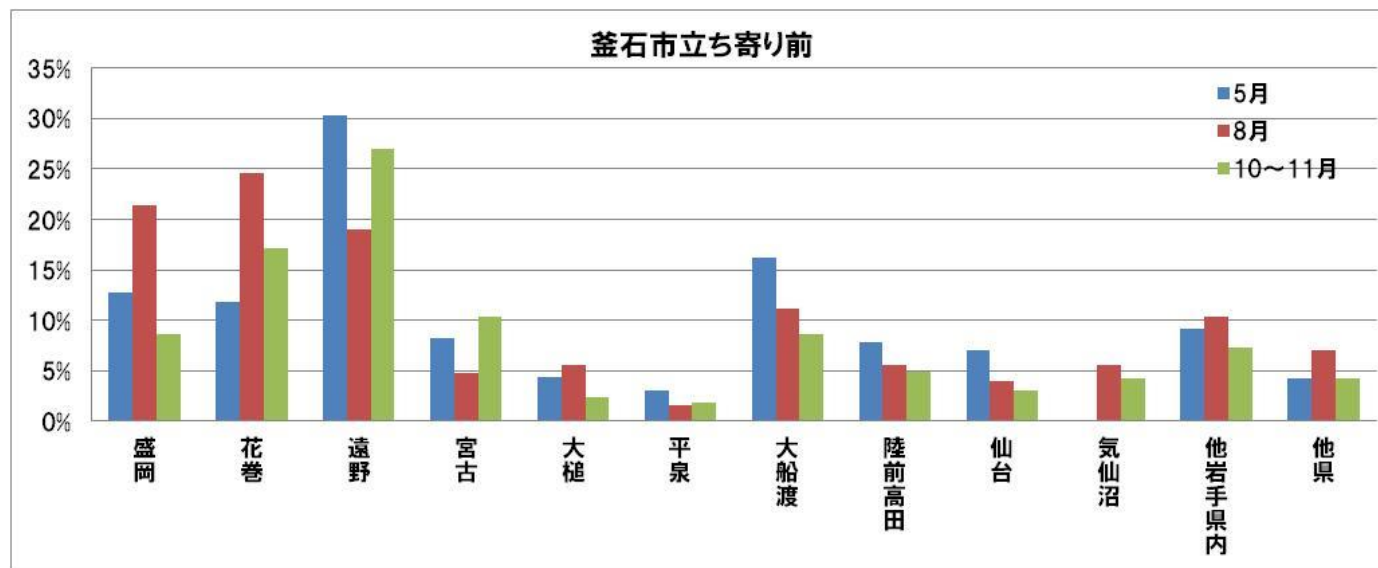


旅行プラン: 宿泊施設

- 全国調査よりホテルの比率が少し高い
- 年齢層が高いため、従来型の宿泊施設が支持されているように見える
- とはいっても全国調査と大きな違いは見られない



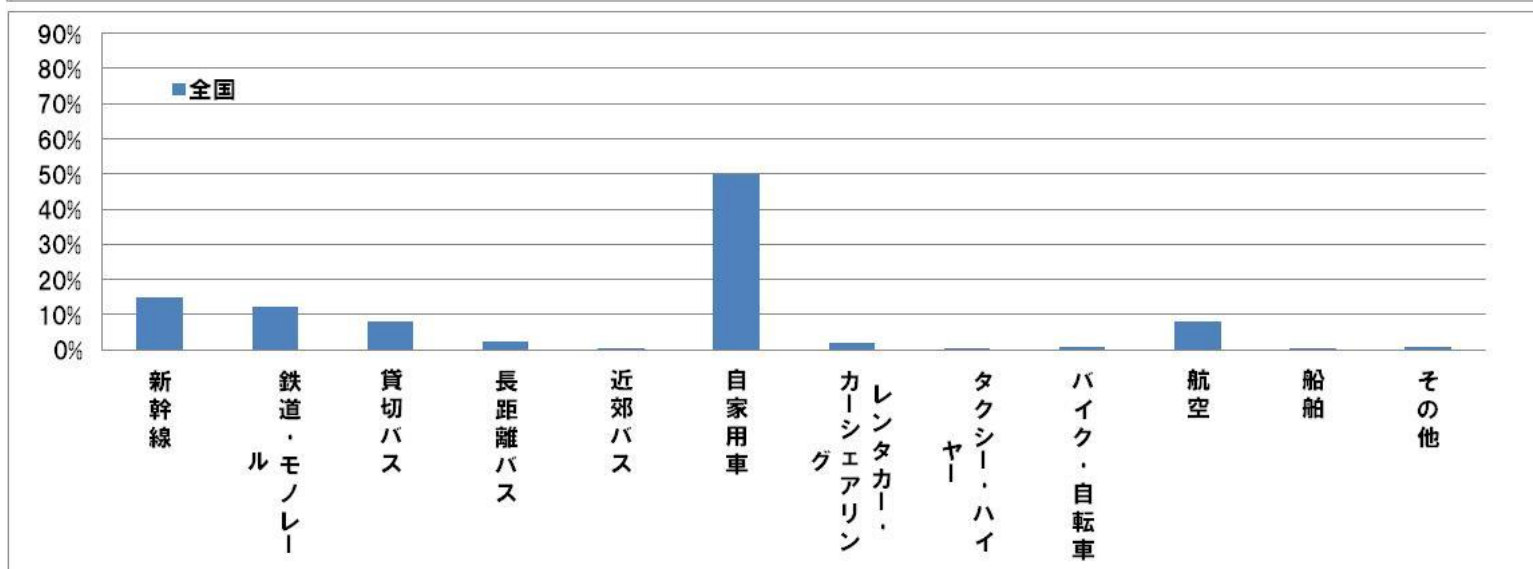
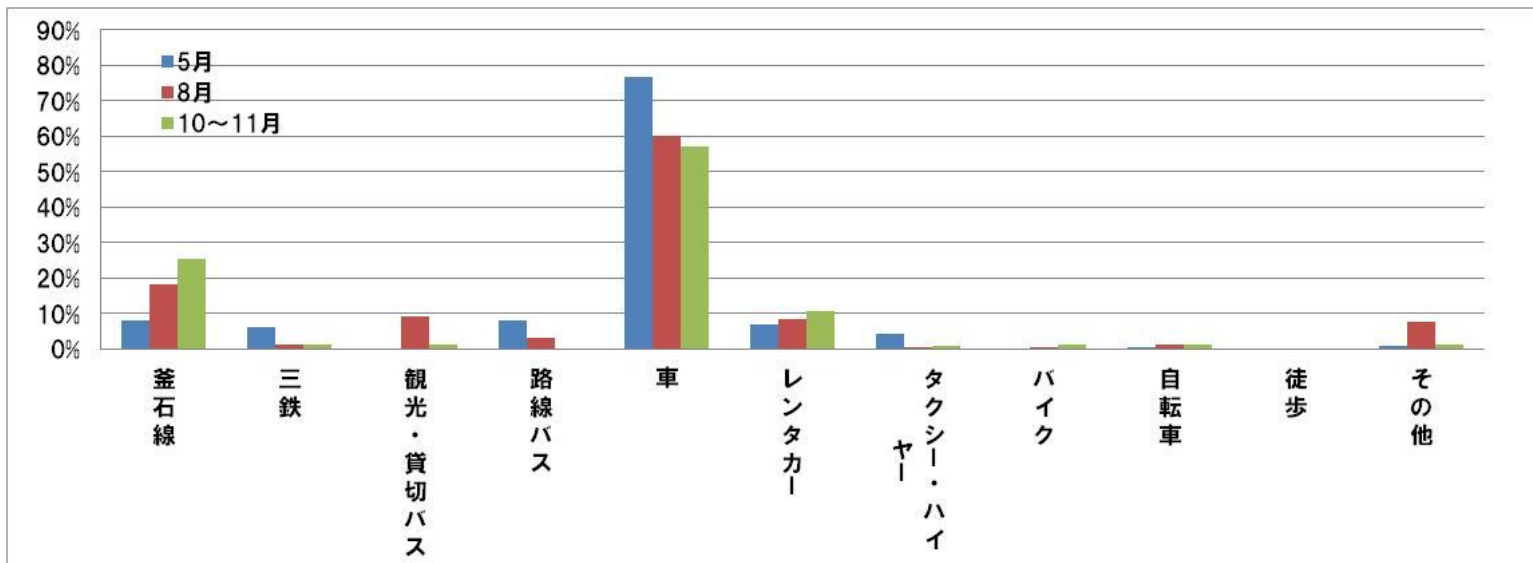
旅行プラン：立ち寄り地(釜石・前後)



旅行プラン：立ち寄り地（釜石・前後）

- **観光では遠野や大船渡（その他三陸のまち）とセットで行くことが多い**
- **花巻や盛岡は交通で必要だから寄る感じか？（ラグビーイベントの目的が多く、宿泊日が少ない8月に比率が高いため）**
- **意外に、大船渡から釜石入りして宮古（盛岡）に抜けるルートもあるかもしれない**

旅行プラン：交通手段

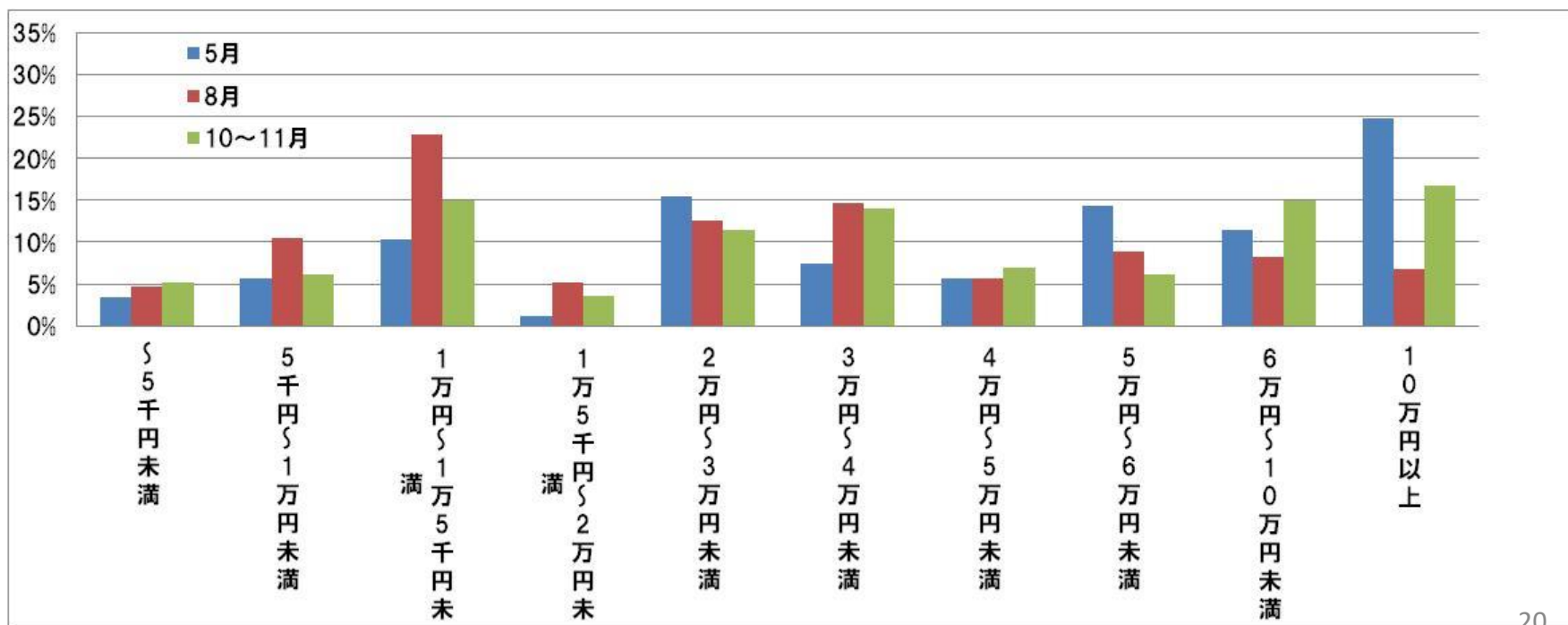


旅行プラン：交通手段

- **こちらも全国調査と傾向はあまり変わらない**
- **車、レンタカーの比率が高い**
- **やはり釜石まで、そして滞在中の公共交通が弱いのが分かる**

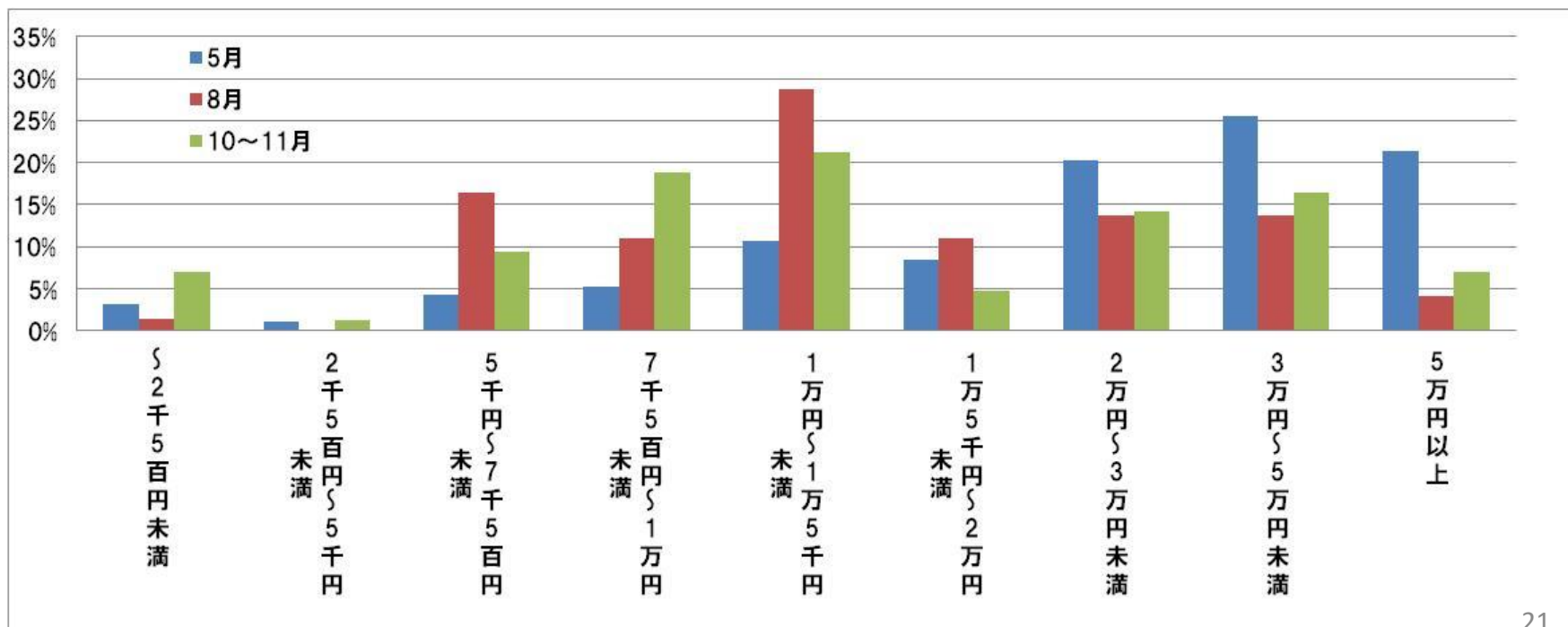
旅行プラン:総予算

- ・ 総予算は、8月は平均が31,560円で、旅行期間が長い5月(60,921円)の約半額。
- ・ 秋は平均45,045円、全国平均46,898円



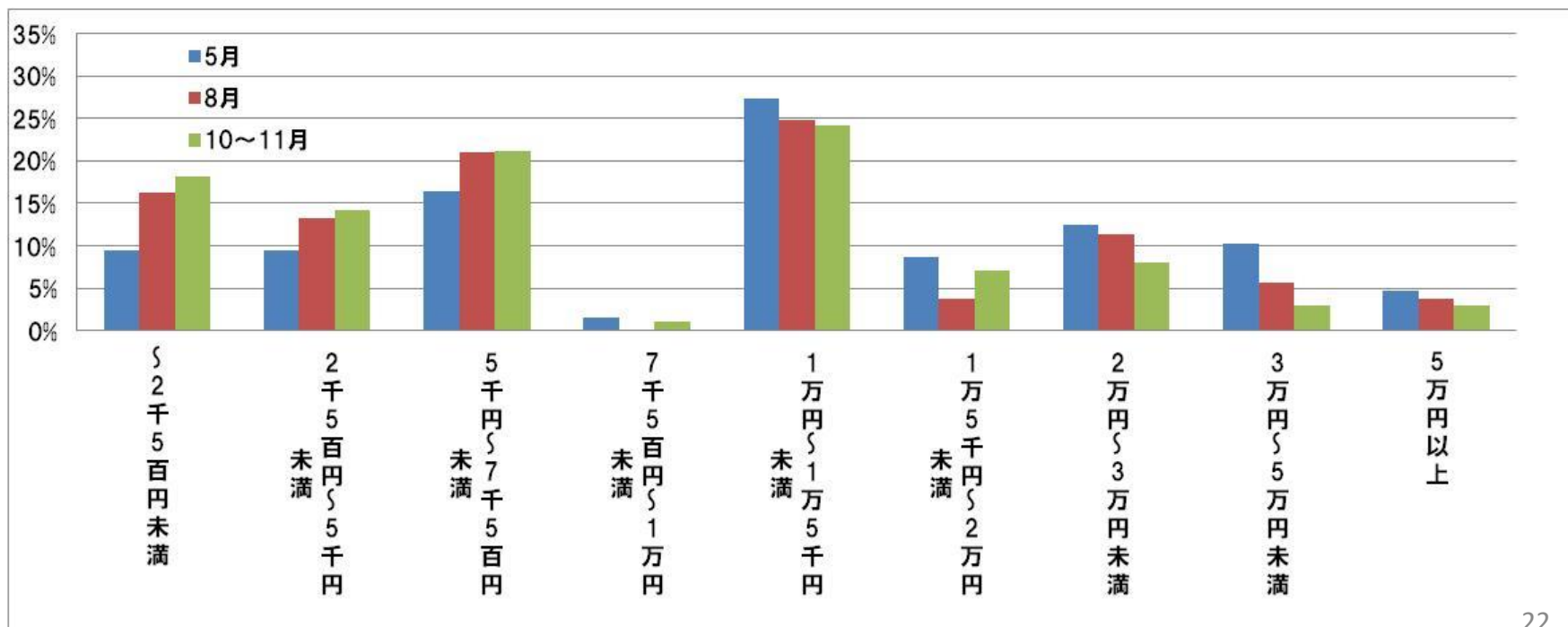
旅行プラン: 予算・宿泊

- 宿泊費は、8月は平均が16,603円で、旅行期間が長い5月(30,706円)の約半額。
- 秋は平均18,311円、全国平均9,327円



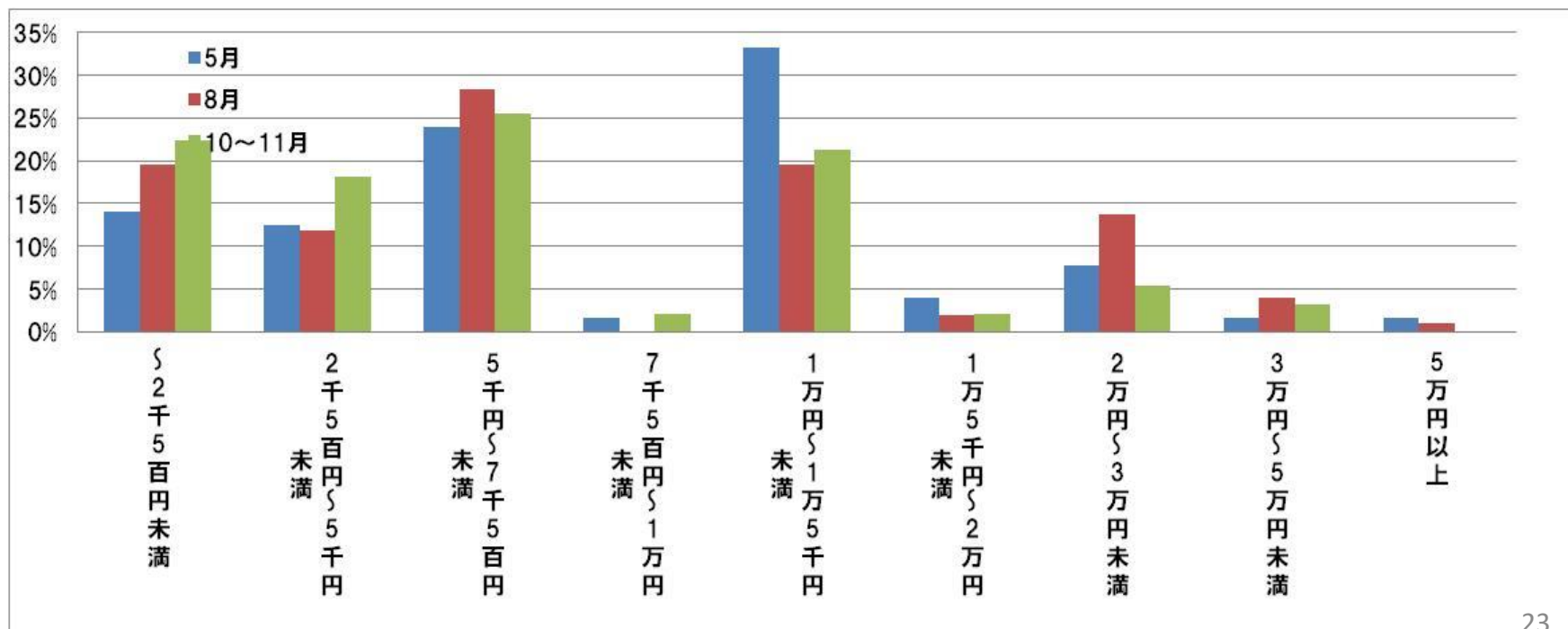
旅行プラン：予算・飲食

- 飲食費は、8月は平均が11,110円で、5月（15,102円）の2/3程度。
- 秋は平均9,833円、全国平均6,290円



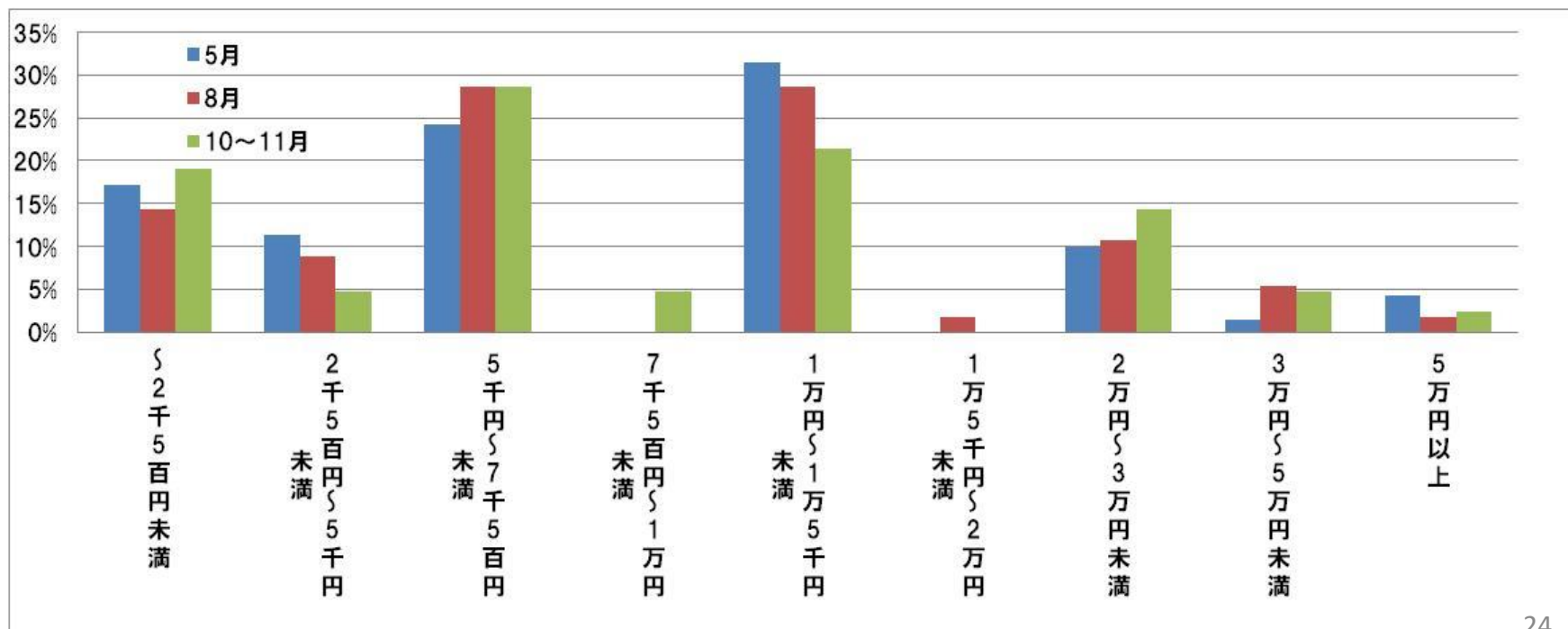
旅行プラン：予算・お土産

- お土産費用は、8月は平均が8,819円で、5月（8,700円）と差はない。
- 秋は平均6,844円、全国平均7,426円



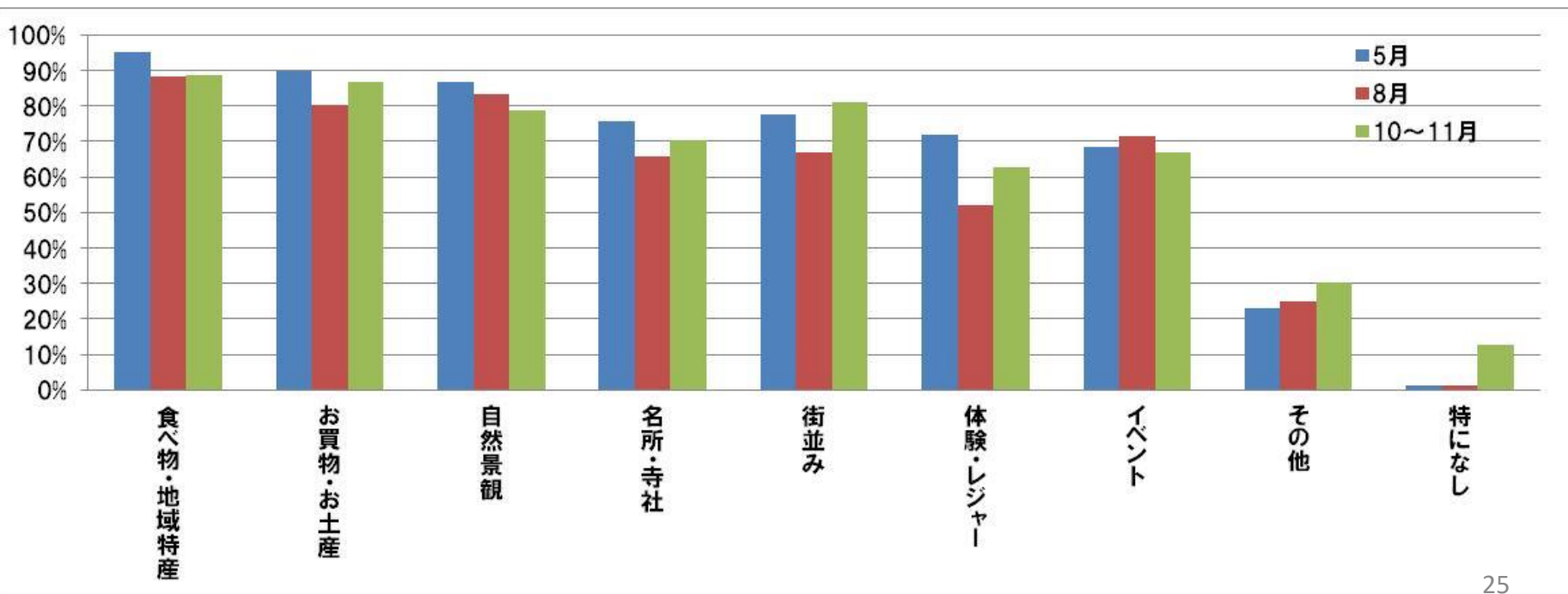
旅行プラン：予算・観光施設・体験・レジャー

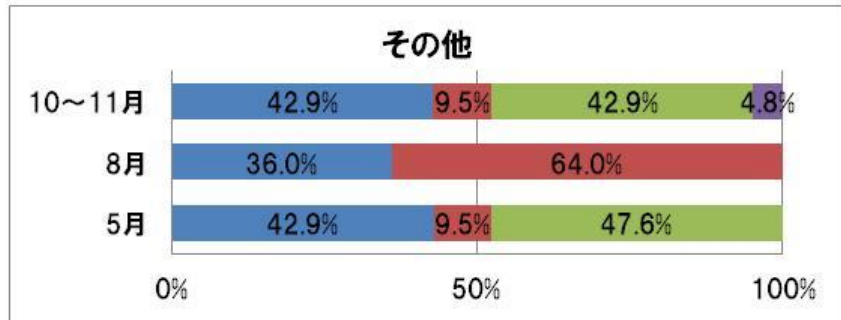
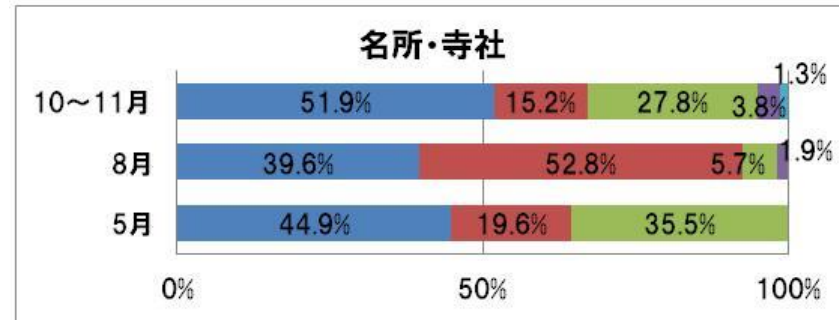
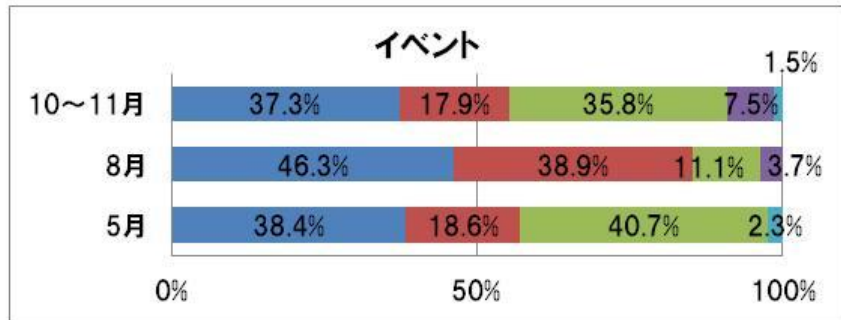
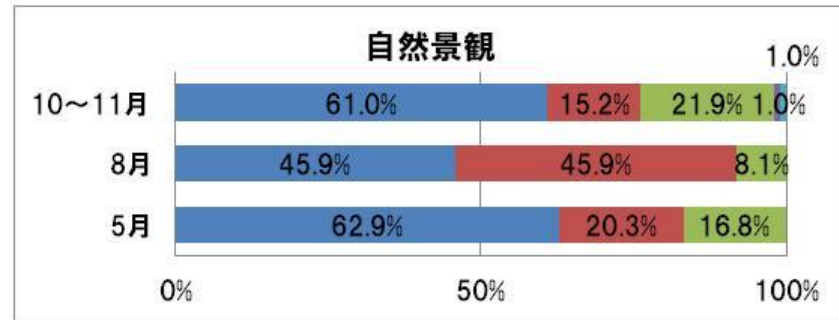
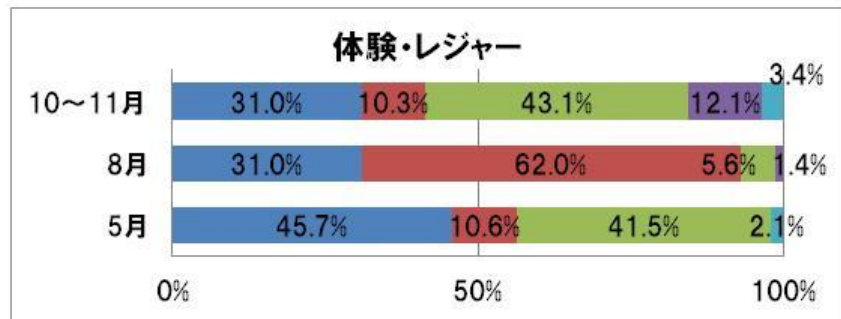
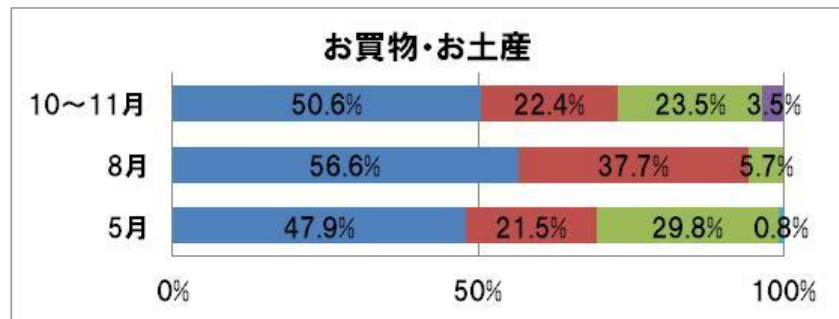
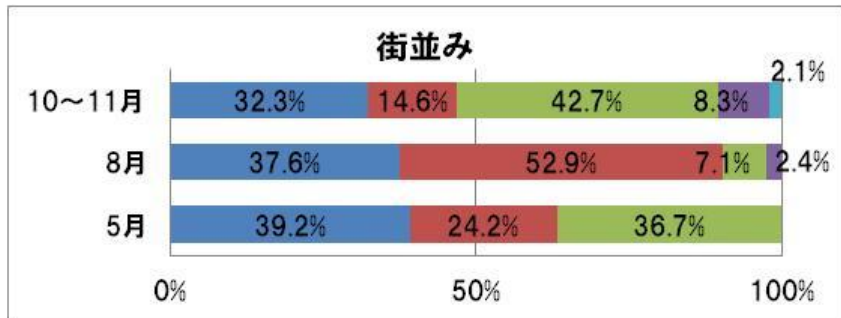
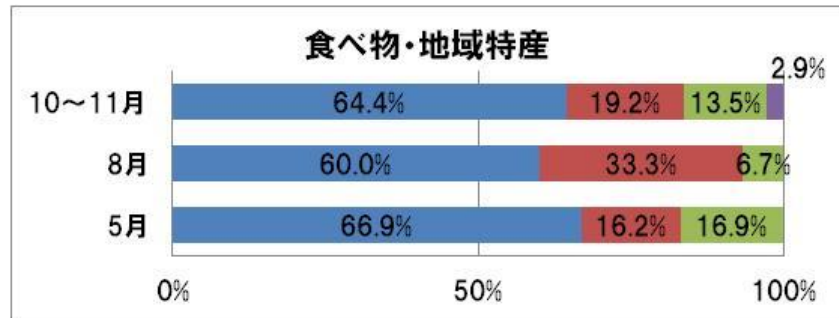
- ・ 観光施設・体験・レジャー費用は、8月は平均が9,714円で、5月(9,593円)と差はない。
- ・ 秋は平均7,256円、全国平均4,672円



釜石の印象：期待していたこと

- ・ 意外に街並みが高い
- ・ それは釜石特有の昭和の街並みなのか、それとも漁師町的な街並みなのか、工場なのか？





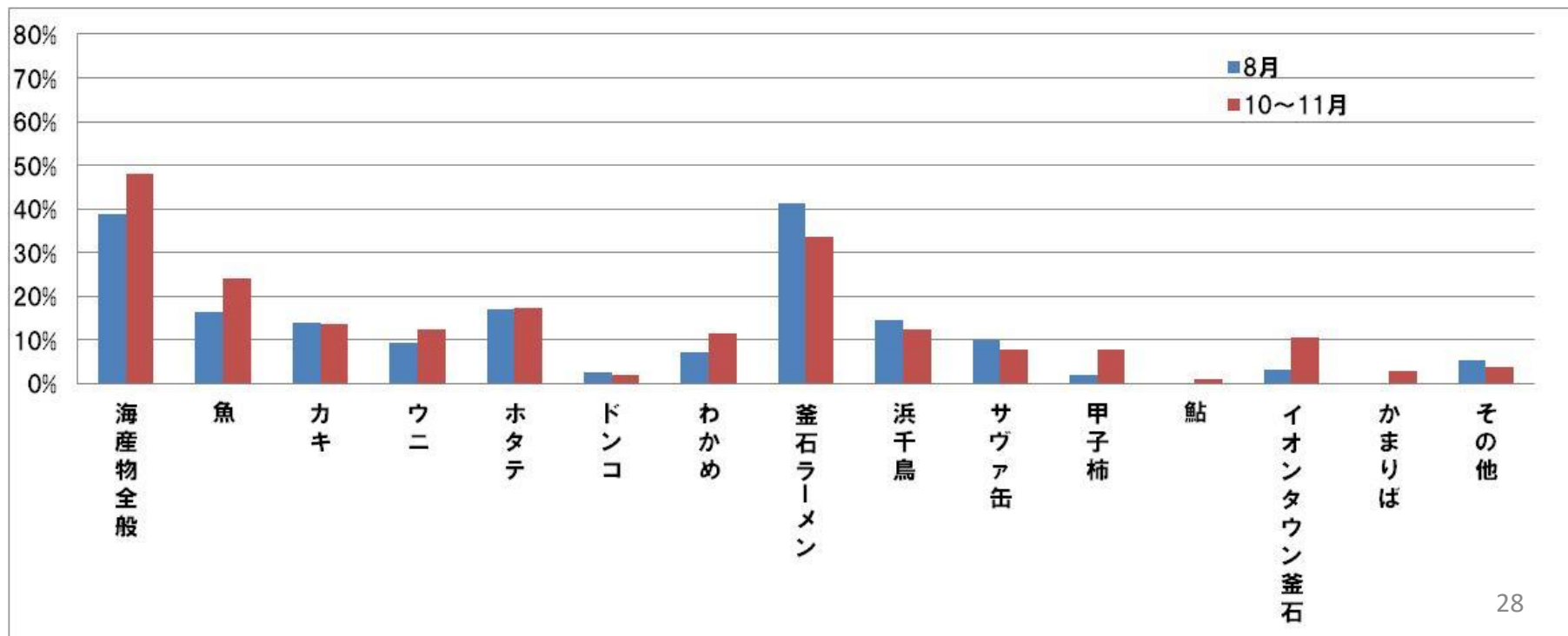
■ 満足 ■ やや満足 ■ 普通 ■ やや不満 ■ 不満

釜石の印象：満足度

- 秋は「普通」の比率が増えている
- 日本人は中庸を行く選択肢が選ばれる傾向
- 一般的に下のほう(嫌いな方の選択肢)を選ぶ人は少ない
- アンケートは少し甘くつける傾向あるのでは？
- やや満足、普通あたりは、あまり満足していない可能性がある
- 実は結構、不満足なのかもしれない

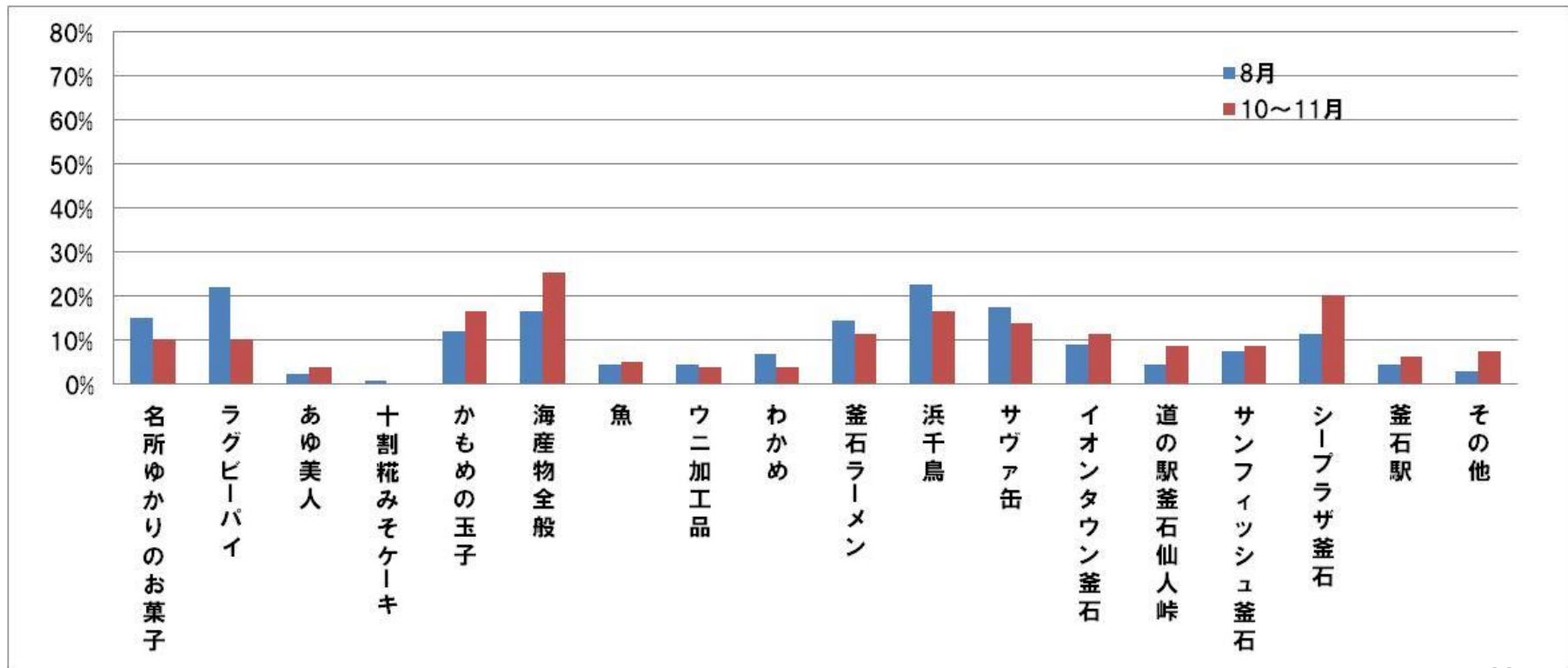
釜石の印象：お目当て(食べ物・地域特産)

- 海産物、釜石ラーメンもそこまで強くなく、分散している
- 名物が何か分かりづらい、名物が小粒である



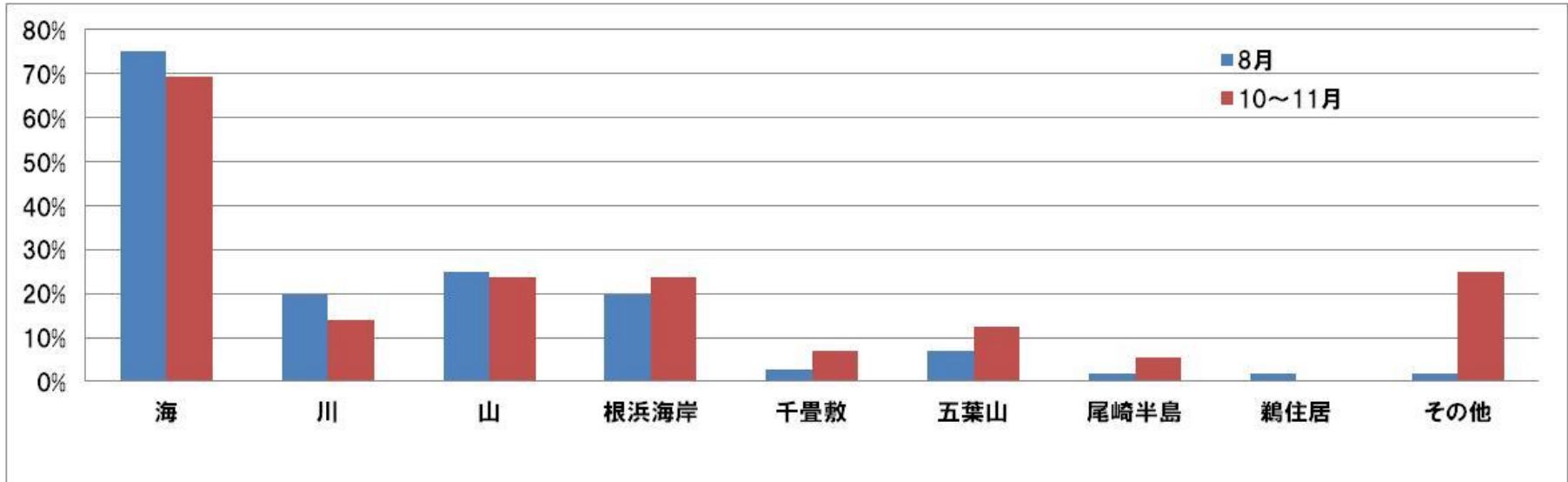
釜石の印象：お目当て（お買物・お土産）

- ・ 8月と秋の結果がかなり異なっている
- ・ お買物・お土産も数値が分散している



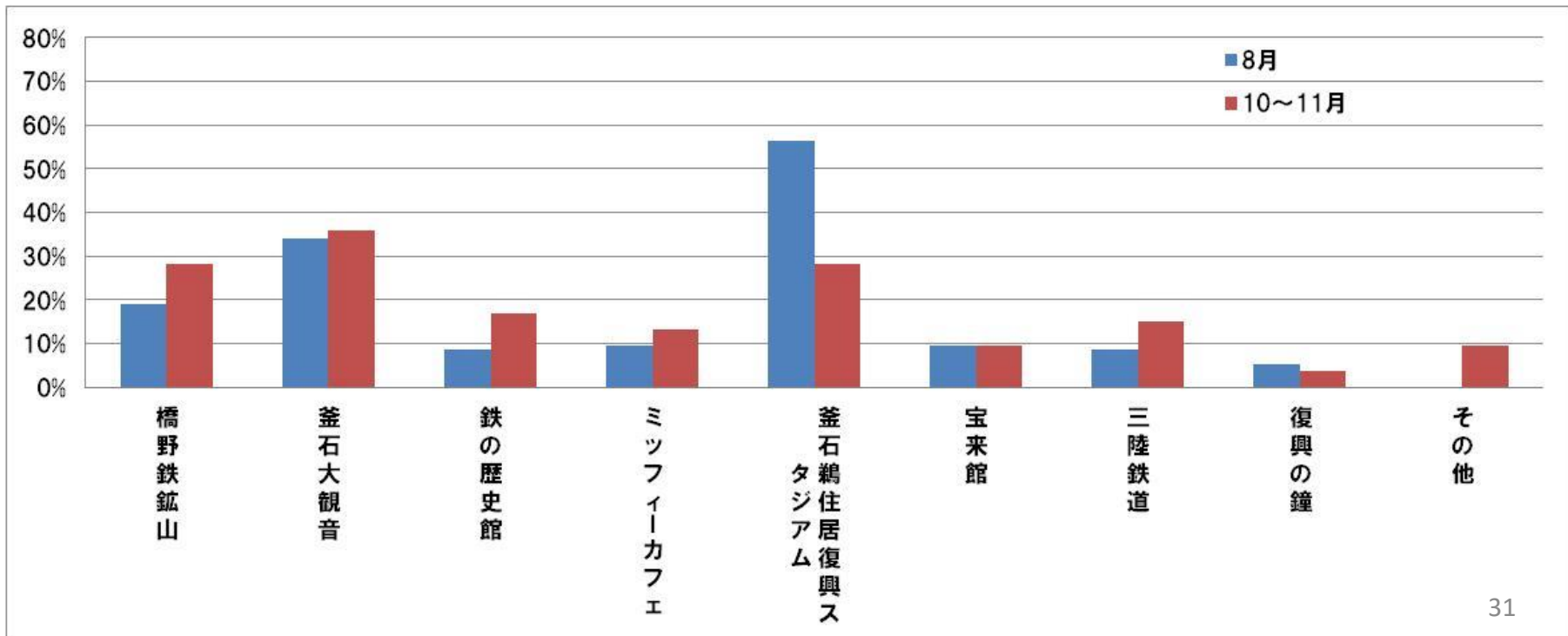
釜石の印象：お目当て(自然景観)

- 海が圧倒的に多い
- 岩手内陸部から海を目当てに来ていると考えられる



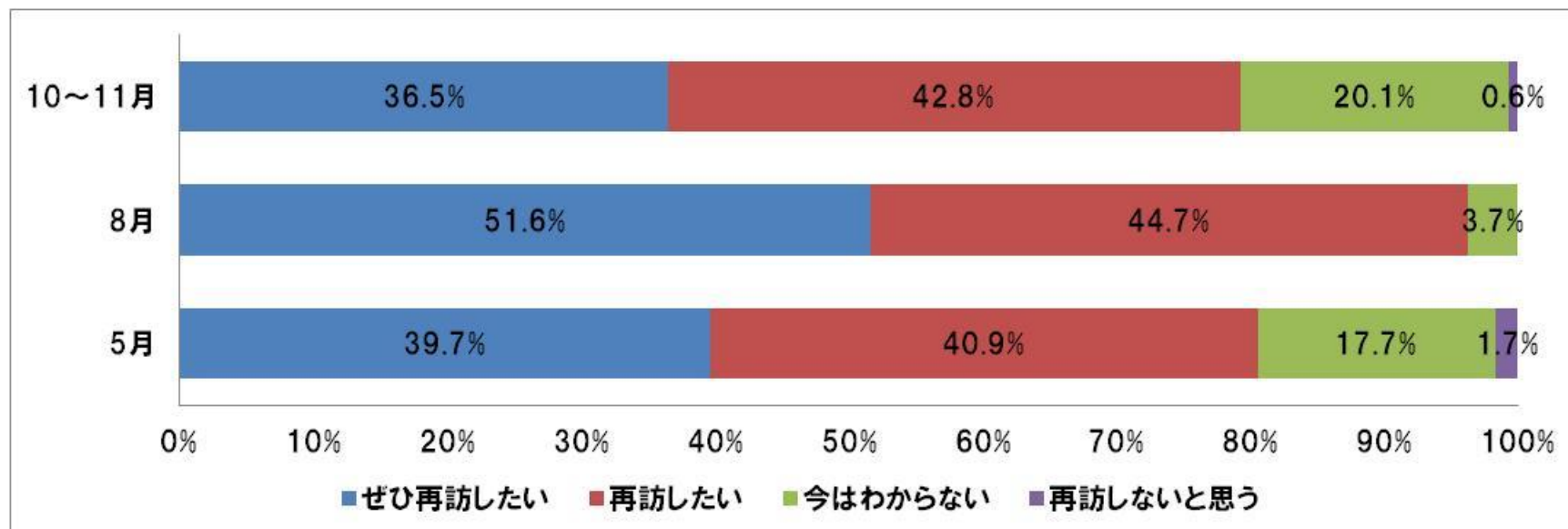
釜石の印象お目当て(名所・寺社)

- ・ 名所・寺社も数値が分散している
- ・ 名所・寺社(観光地)一つ一つが物理的に離れている



釜石の印象：再訪意向

- 基本的には、観光ならどこでもまた来たいはずであるが
- その割には評価が低めではないか？



リピーター率

	5月	8月	10～11月
リピーター率	66.8%	83.3%	74.9%
リピート率	66.8%	74.8%	74.8%
再訪意向率	80.6%	96.3%	79.2%

- ・再訪意向(「ぜひ再訪したい」と「再訪したい」の合計)の比率がリピーター率・リピート率より上回っている
- ・データだけを見ると再訪意向があるにも関わらず、リピーターにつながっていない可能性がある

分析まとめ(プロフィール)

- 男女比は男性が少し多め、全国平均とほぼ同じ
- 40歳代、50歳代、60歳代が60～70%で多い
- 8月の50歳代男性はラグビーファン・・・しかし50代は女性の方が多い
- 居住・勤務経験は2割以下・・・思ったより少ない？
- リピーターが多い、10回以上30～40%、毎年来ているのでは？
- 2人での来訪が40～50%、そして家族とが多いことから、夫婦やパートナーと来ることが多いことが考えられる

分析まとめ(目的)、仮説

- 目的があって来る人3割とリピーター、10回以上の人3割がイコールでつながる？
- 釜石が目的ではない？・・・単に海を見に来る、海の幸を食べる、三陸や遠野のついでに寄る
- 釜石に来るきっかけとして情報はあまり得てないのでは？
- 観光が目的
- 宿泊する人が多い、長めに宿泊する(交通の便が悪いから？)・・・予算が高くなる、宿泊費以外の予算が低くなる？
- 従来型の宿泊施設(ホテル)に泊まっている
- 交通手段は、車が10～20%全国より高い

調査日程について、仮説

5月調査	GW中で長期旅行が多い、普段の日と異なる、釜石で一番旅行者が多い時期？
8月調査	ラグビーイベントのためかなり特殊、普段の日と異なる
10月～11月 (秋)調査	こちらが普段の日の釜石ではないか？GWや盆暮れ以外はずっとこの状態？

3つの調査の単純比較は難しい

調査時の状況を考慮し別々の結果として考える

釜石観光の課題

- 観光客を増やす
- GWやイベントの時だけでなく、普段の日にも観光客を呼べるようにする
- 新規顧客が少ない
- 若者が少ない

課題に対する施策案①

①既存顧客の強化

現状多い顧客層を増やす、
もっとお金を使ってもらうようにする

50代女性、夫婦旅・家族旅

- ・従来型の旅の強化・・・もっと快適に、ラグジュアリー
- ・釜石だけでなく、遠野や三陸のまちと連携・・・ツアー

②新規顧客の獲得

新しい顧客層を取り込む・・・チャレンジ

30代女性、女子旅

- ・GWに若い女性が少し多いことに注目
- ・勝手に情報発信してくれる

オープンフィールドミュージアムを絡ませる

①既存顧客の強化～ペルソナ分析



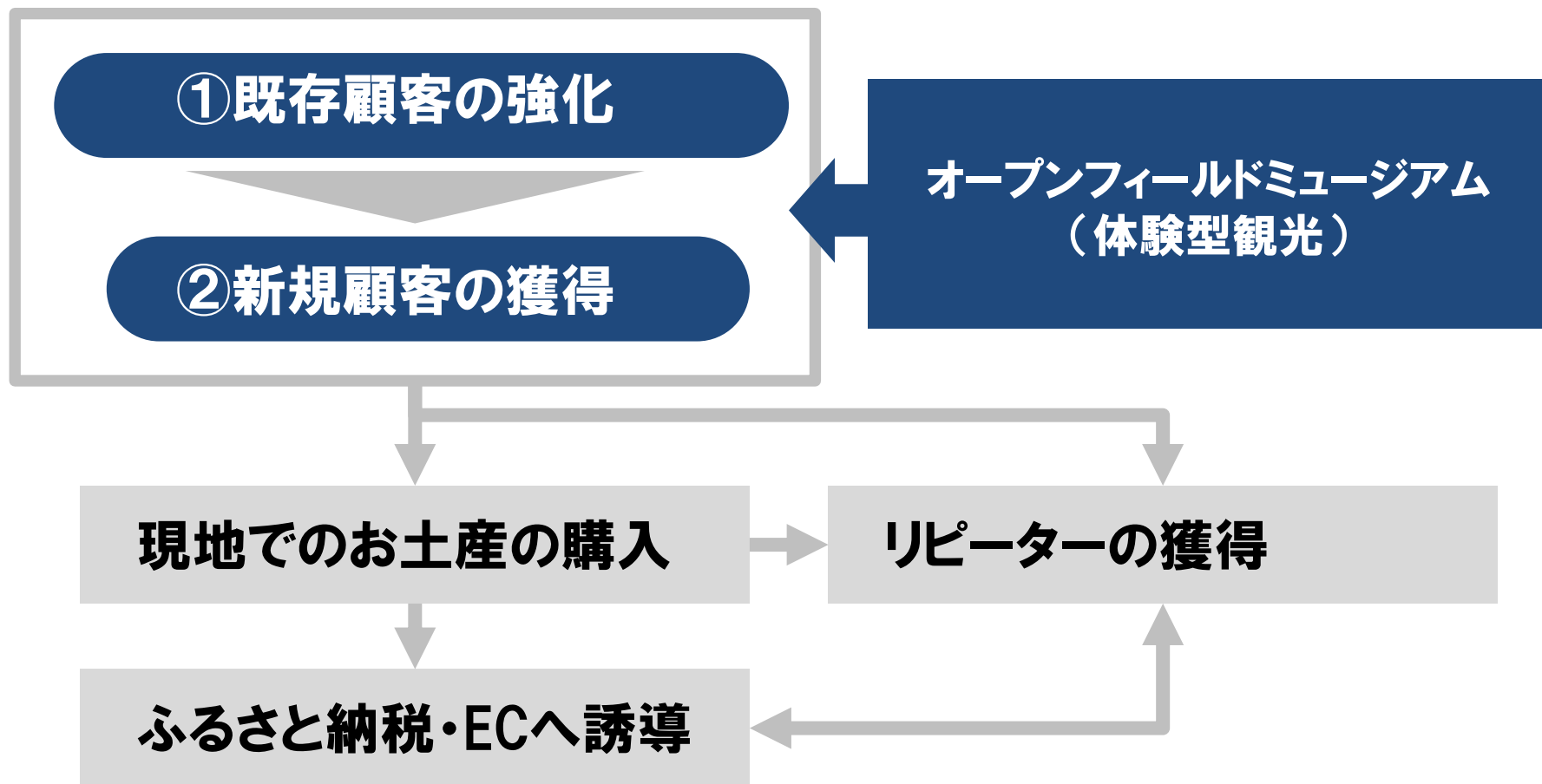
- 50代女性
- 夫婦で旅行
- 岩手県在住(内陸)
- 子育てが一段落し、比較的
お金に余裕がある
- 従来型の旅行(ホテルに宿
泊など)
- 海に行きたい
- 情報はあまり仕入れない

②新規顧客の獲得～ペルソナ分析

- 30代女性
- グルメ、ショッピング
- パワースポット
- リラクゼーション・癒し
- 好きなものにはお金を使いたい
- 友人と女子旅
- 車で来る
- 田舎との係わりを持っていきたい
- SNSなど発信力がある



課題に対する施策案②



釜石への観光客を増やすと同時に、リピーターへ向け、
例え行けないとしても受け皿としてのつながりをつくっていく

Appendix:ヒヤリングより

- 関東地方が多い、特徴・・・強み
- はじめての人少ない、リピーター
- 若者少ない
- 体験型観光
- 1. 物産・・・ふるさと納税、お中元、お歳暮
セットへ誘導
- 2. リピーター獲得

Appendix: オープンフィールドミュージアム

- 釜石市が目指す持続可能な観光の目指す姿であり、釜石市全体を生きた博物館と見立てた考え方
- フィールド・ミュージアムとは、広く一般的に「エリア全体を博物館と見立てる」意味で用いられる。これは施設(ハード)としての博物館ではなく、その地域に固有の自然・歴史・文化等を野外で直接体験や学習できる「システム」のことを指す
- 「学び」「展示」「保全」といった本来の博物館の役割だけではなく「参加・交流・コミュニティ」「観光」「情報発信」「活性化」にまで役割は多岐にわたる。また、フィールド・ミュージアムを立ち上げる取り組みは、観光地域づくりそのものであり、その過程の中で市民の郷土愛の醸成や観光人材の育成にも寄与する

Appendix:DMO先進地域の特性、共通点

- **意思決定機関の存在**
- **行政との機能分担の有無**
- **プロパー職員による運営(専門人材の存在)**
- **DMOによる人事評価**
- **多様な財源の存在(一般財源以外の収入)**
- **多様なステークホルダー(行政、観光事業者、住民)との緊張感のある関係**
- **確かな評価指標**