

釜石市観光来訪調査 初夏

2019年6月30日

株式会社かまいしDMC



目的

- 釜石市の旅行者の**実態**を把握する
- データを可視化し、観光施策の立案に繋げる。

展開

- データ分析を基に、来季の観光戦略を提案

調査概要

調査対象	市外からの訪問者
調査場所	釜石駅 道の駅 橋野鉄鉱山 *いのちをつなぐ未来館 *魚河岸テラス *2019年追加
調査日	5月4日 [2018年] 4月27日～5月6日 [2019年]
回収票数	183サンプル [2018年] 199サンプル [2019年]
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 2019年4～6月期確報



基礎情報 **2019**年

入込客数 対前年 + **20万人** [2019年度見込み]

宿泊者数 減少傾向

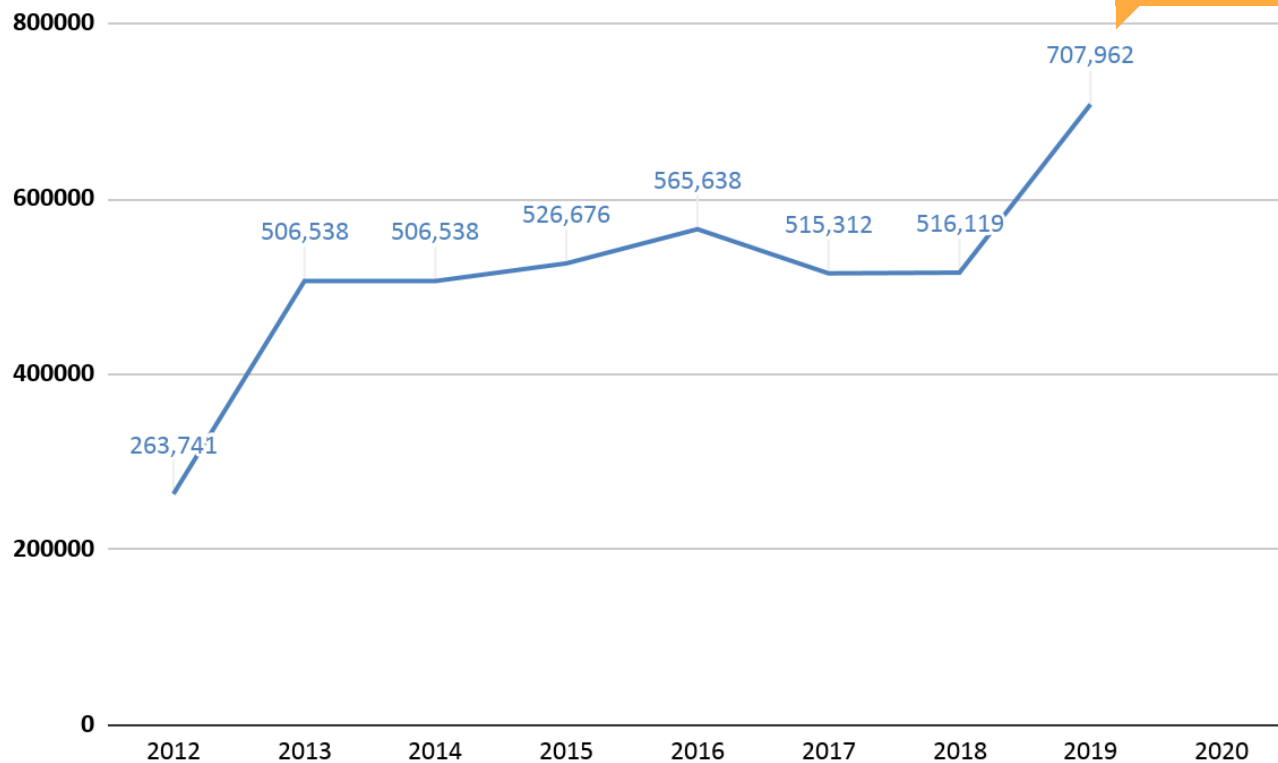
リピート率 **71%** [2019年GW期]

消費額 **15,158円** [2019年GW期]



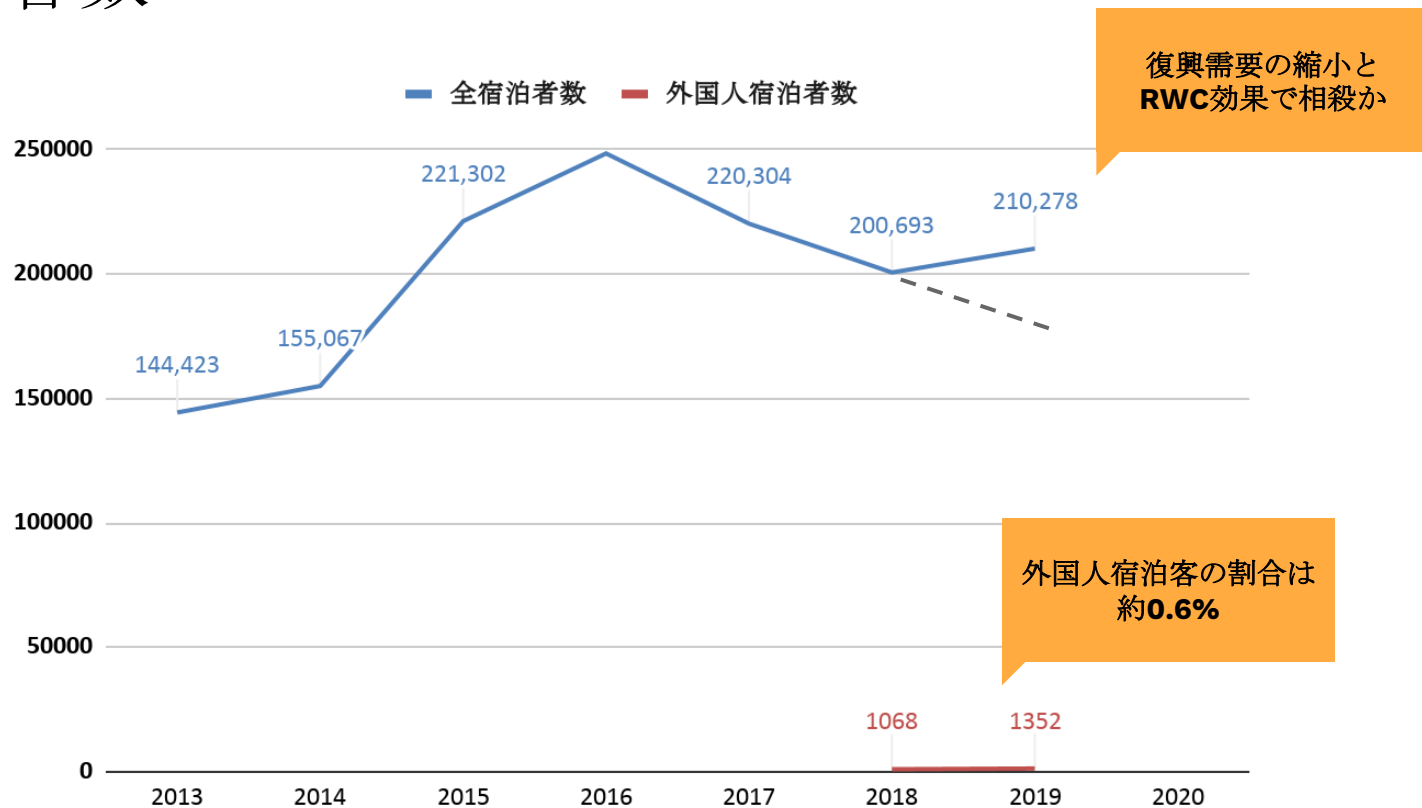
入込客数

RWCや施設オープン
の影響が大きい



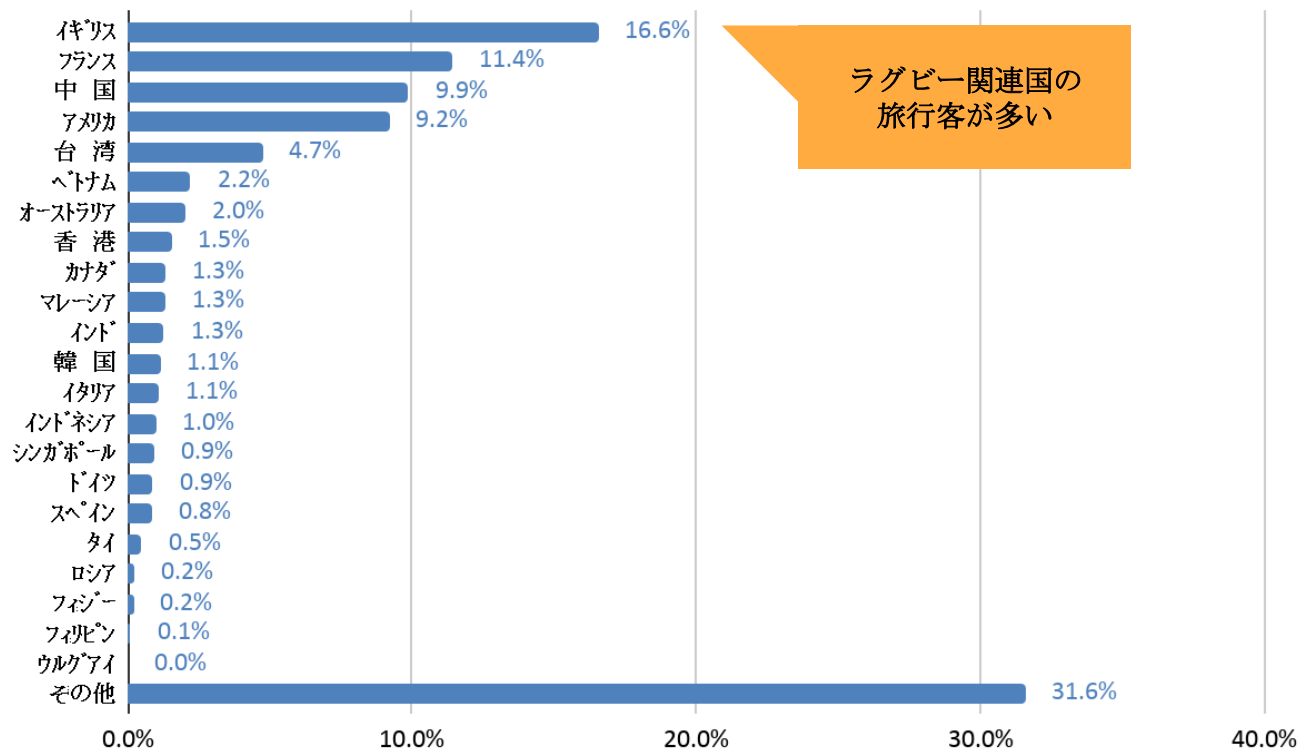
※2019年の数値は見込み入込客数

宿泊客数



※2019年の数値は見込み宿泊客数

外国人旅行者の割合



01

2018 → **2019**
5月 5月

釜石に来る観光客は
どんな属性か



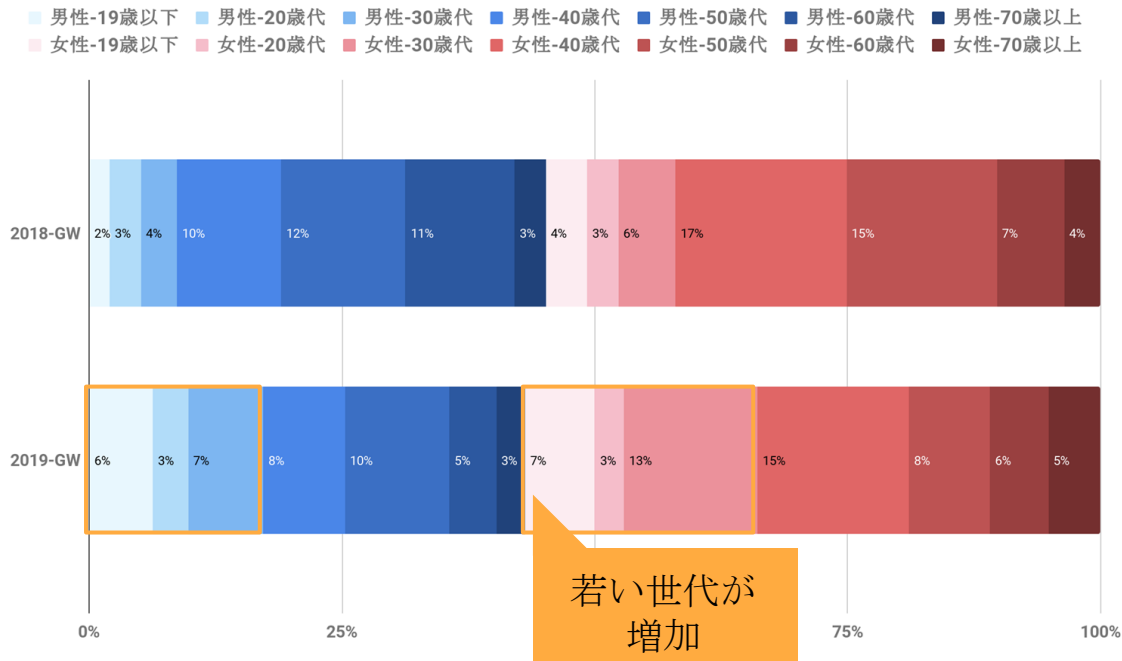
1. 誰が 年代-性別

56%

釜石に訪れる観光客は
女性の割合が多い

8% → 17%

2018年のGW期から
30歳以下が増加している

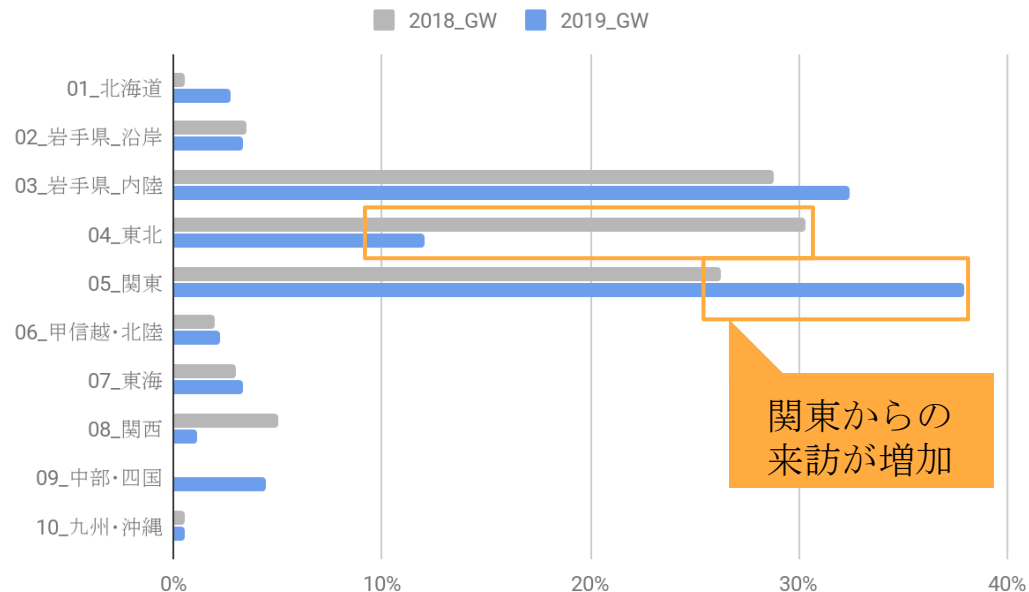


釜石の観光客を100とした場合の各年代-同伴者別の割合

2. どこから 年代-性別

26% → 38%

関東からの観光客の
割合が増加した

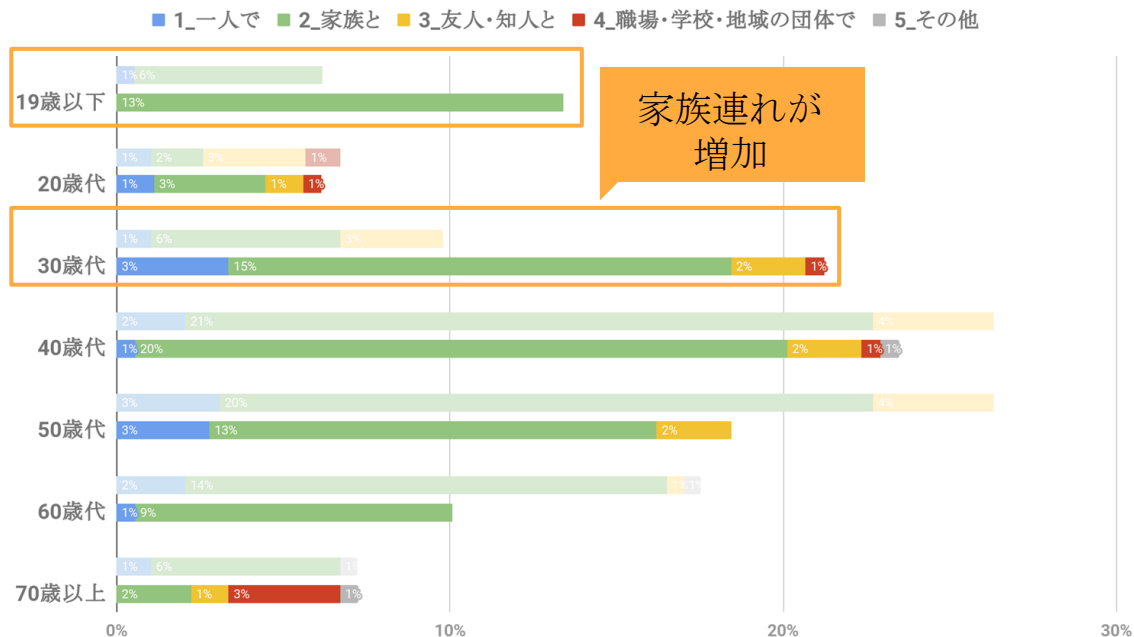


釜石の観光客を100とした場合の各年代-同伴者別の割合

3. 誰と 年代-同伴者

6% → 15%

30歳代と19歳以下の
家族連れが増加している

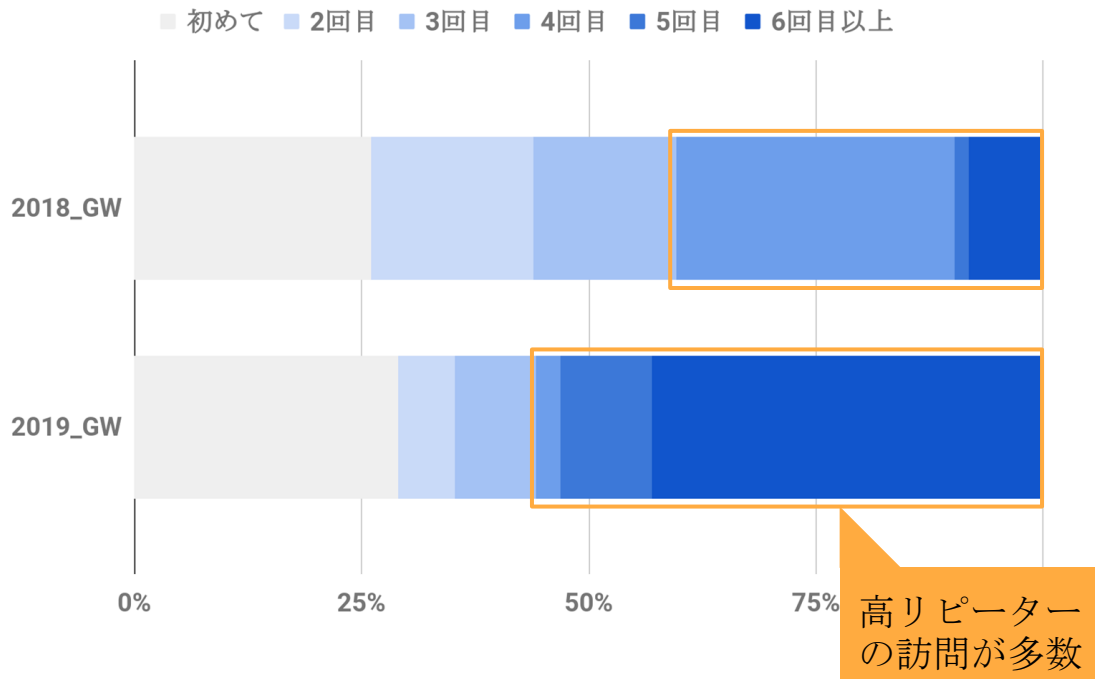


釜石の観光客を100とした場合の各年代-同伴者別の割合
各世代ごと・上（薄色）-2018年GW 下（濃い色）-2019年GW

4. 何度目の 訪問回数

40% → 56%

高リピーター観光客が増加



釜石の観光客を100とした場合の各年代-同伴者別の割合
各世代ごと・上（薄色）-2018年GW 下（濃い色）-2019年GW

02

2018 → **2019**
5月 5月

釜石に来る観光客は
何を**目的**に来ているか



4. きっかけ 2018→2019

	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	職場・学校	ポスター・ チラシ	ロコミ	SNS	インターネ ット	他へ行く ついでに	近いから	地元	偶然
北海道	0.9							0.8	0.2		0.8	
岩手県_沿岸	0.3		0.2						-1.3	-0.4		0.8
岩手県_内陸	5.7	0.7	3.4	-0.9	1.1	-0.2		0.1	-2.6	-2.2	7.1	-1.9
東北	-1.9	0.9	-6.5	-0.7	-2.4	-1.3		-4.7	-5.1	-1.2	1.5	0.5
関東	2.8	0.9	2.7	1.9	0.8	-2.4	-0.1	2.4	0.1	-0.6	2.6	-1.5
甲信越・北陸	1.7					0.8		-1.8	1.9			
東海									-0.1			-0.5
関西	0.9								-1.8	-1.2		-1.2
中部・四国	1.7		0.8	0.8		1.7		0.8	1.7			
九州・沖縄												

テレビ露出が
増加

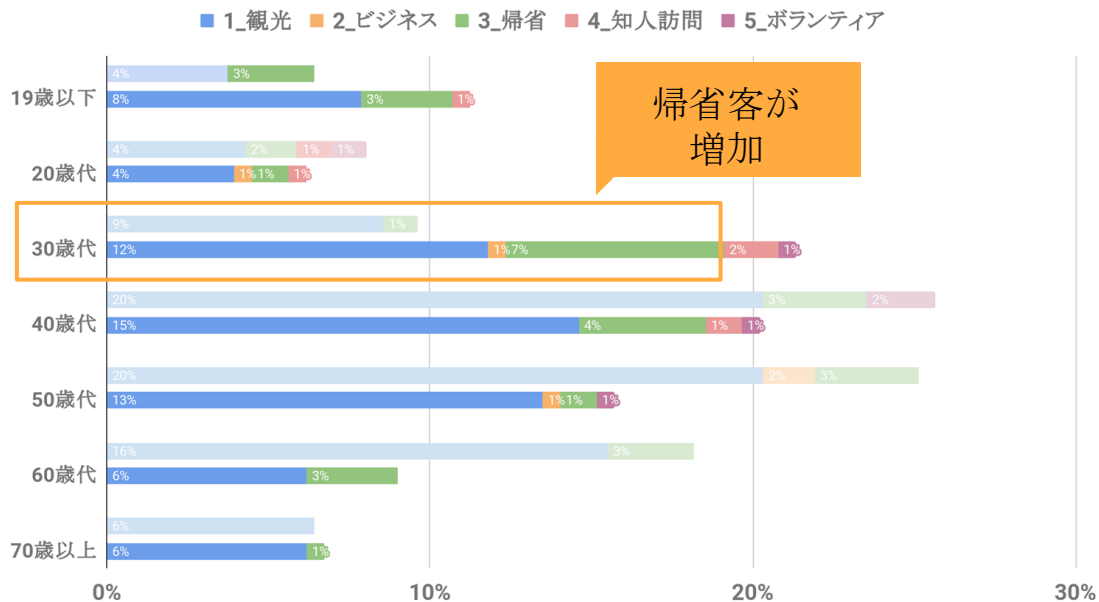
消極的な理由
が減少

2018年の「きっかけ」の各項目の効果を基準とした2019年の効果の増減（各指数標準化済）
赤色 - 指数が減少 青色 - 指数が増加

5. 目的 年代-目的

1% → 7%

30歳代が増加
特に帰省客が増加した

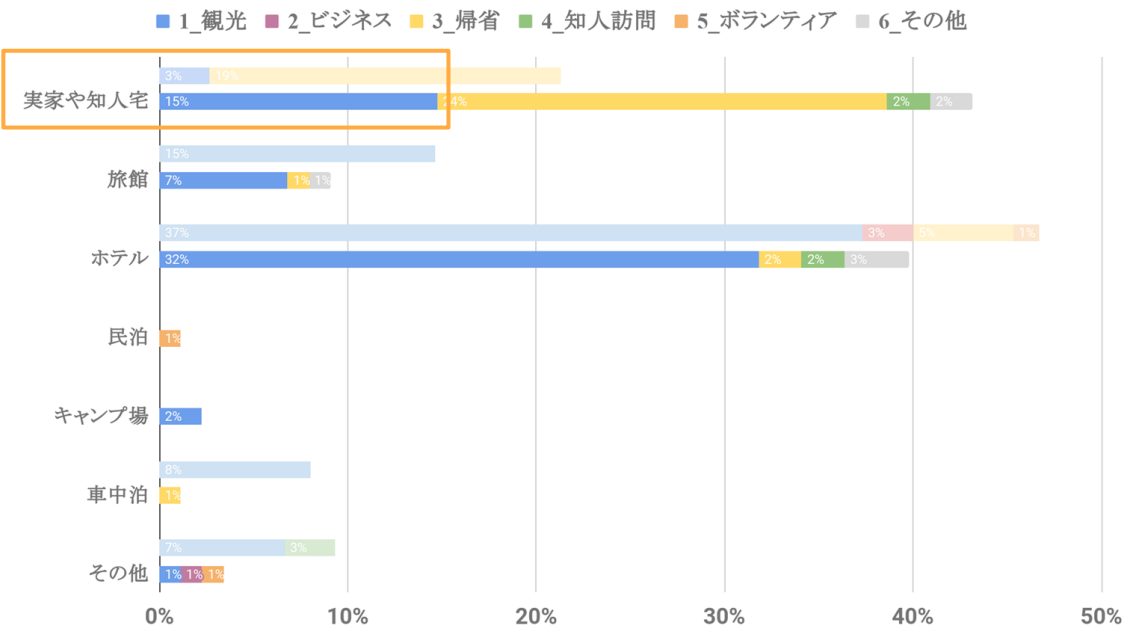


各期間の観光客数を100とした場合の各年代-来訪目的
各世代ごと・上（薄色）-2018年GW 下（濃い色）-2019年GW

5. 宿泊先 宿泊先-目的

3% → 15%

釜石に知人が
既にいる方が多く来訪



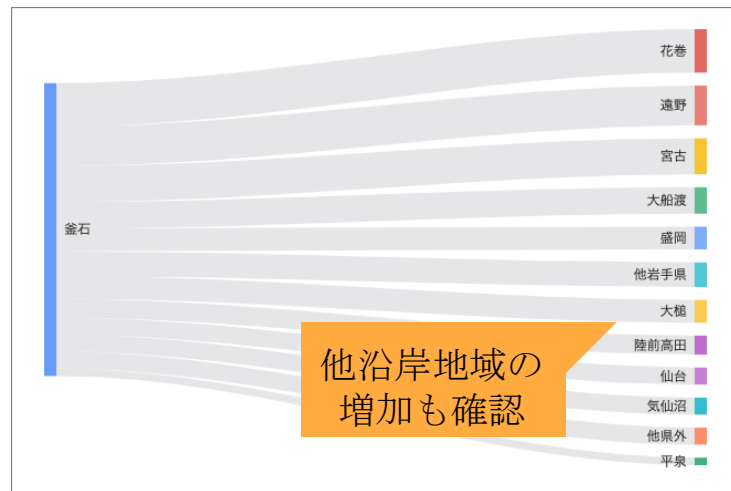
各期間の観光客数を100とした場合の宿泊先-目的
上（薄色）-2018年GW 下（濃色）-2019年GW

6. 経由地 2019GW

From



To



2019年GWの観光客数を100とした場合の各経由地との関連性を可視化したもの
左-2019年GWの経由地[前] 下-2019年GWの経由地[後]

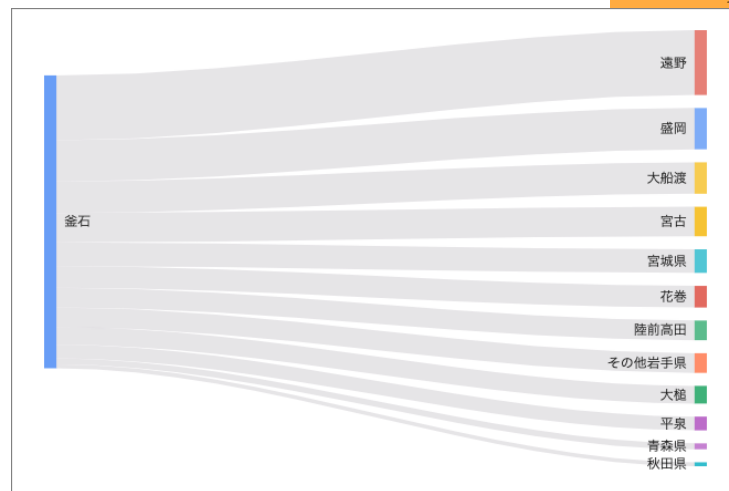
6. 経由地 2018GW

From



To

遠野立ち寄り
が多数



2019年GWの観光客数を100とした場合の各経由地との関連性を可視化したものの
左-2018年GWの経由地[前] 下-2018年GWの経由地[後]

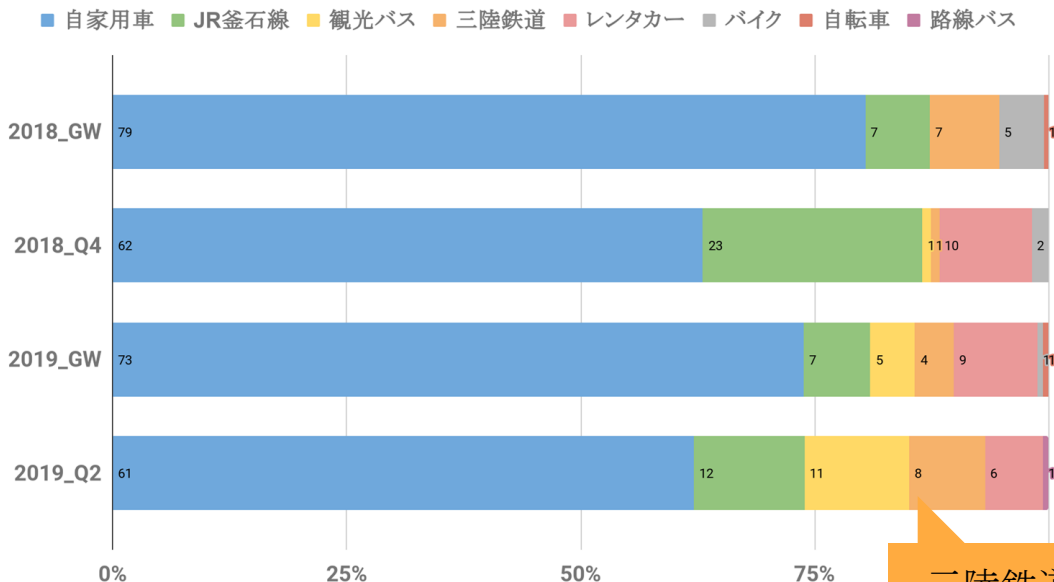
7. 交通手段 2018→2019

2018Q4

2019Q2

1% → 11%

観光バスの割合が増加傾向



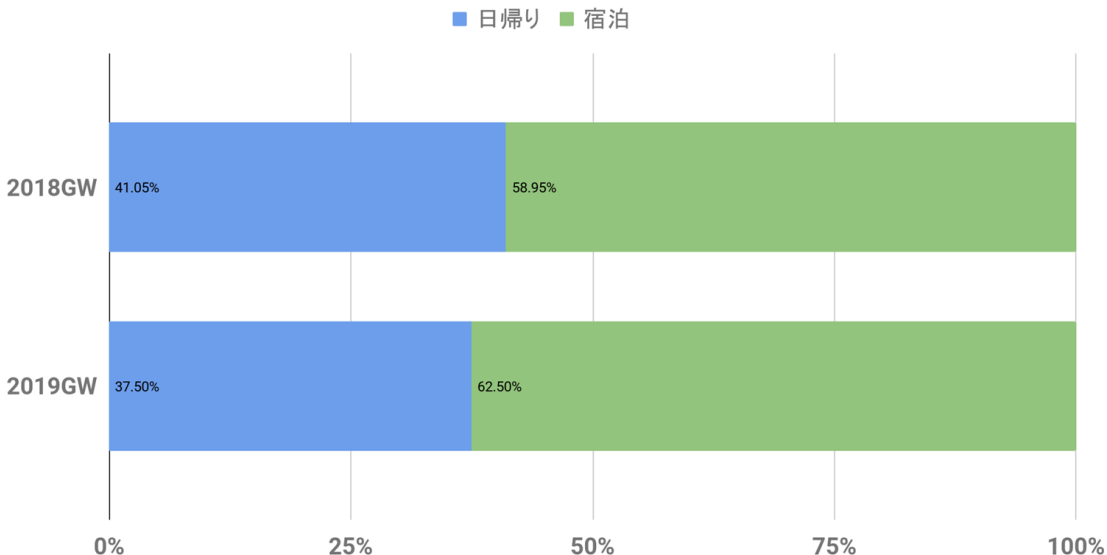
三陸鉄道も
順調な利用

各期間中の観光客を100とした場合の交通手段割合

8. 宿泊率 2018→2019

2018GW 2019GW
59% → 62%

GW期間中の宿泊率は増加

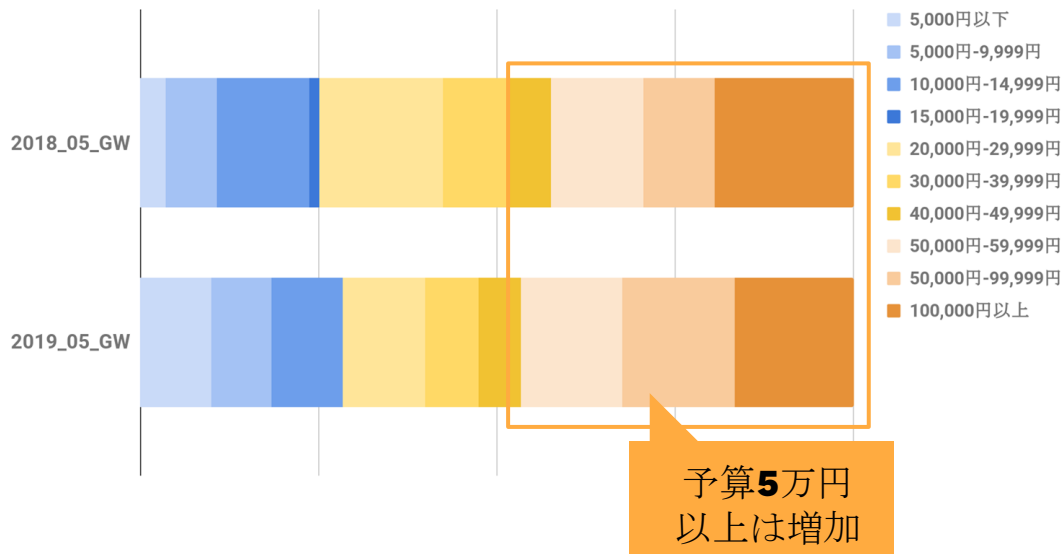


各期間中の観光客を100とした場合の日帰り-宿泊割合
上-2018年GW 中-2019年GW

9. 総予算 旅行者数-予算額

53,325円 → 50,416 円

総予算の平均額は減少傾向

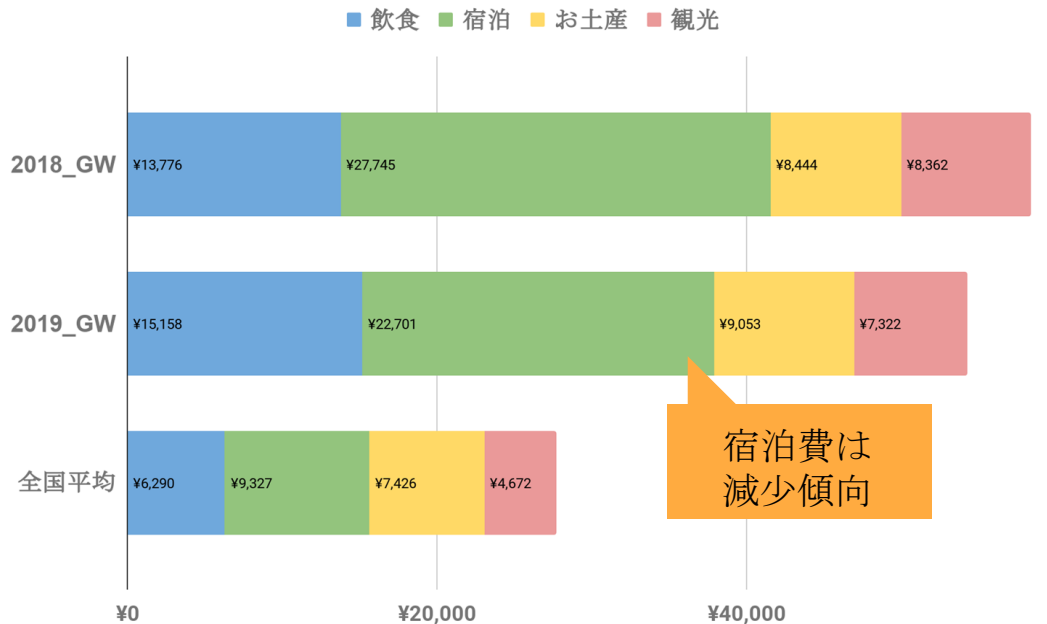


各期間中の観光客を100とした場合の総予算の割合
上-2018年GW 中-2019年GW

10. 消費額 項目別-予算額

13,776円 → 15,158 円

飲食に伴う予算は増加傾向

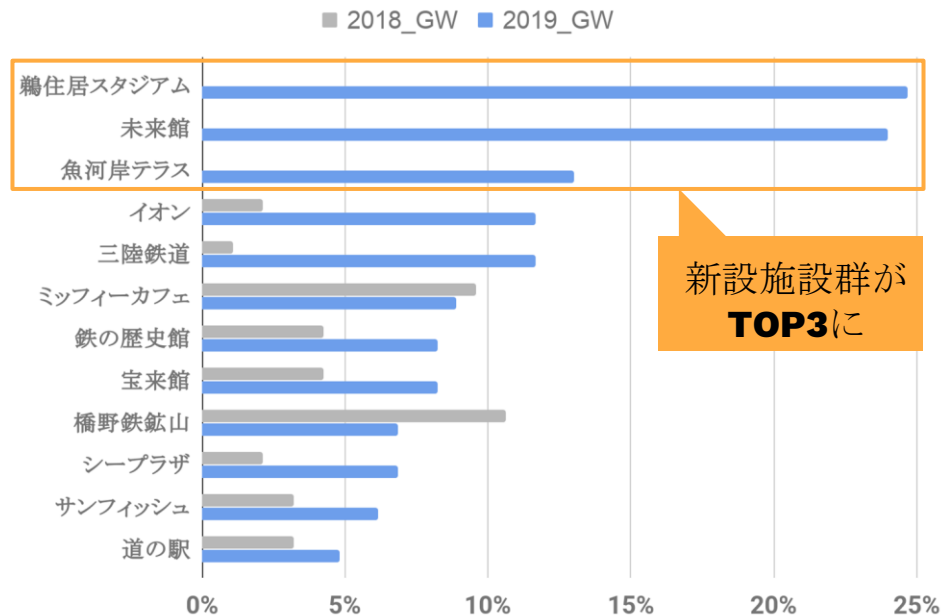


各期間中の各予算の平均消費額を合算
上-2018年GW 中-2019年GW 下-全国平均

11. お目当て 施設等

うのスタ・未来館

観光の目的化している

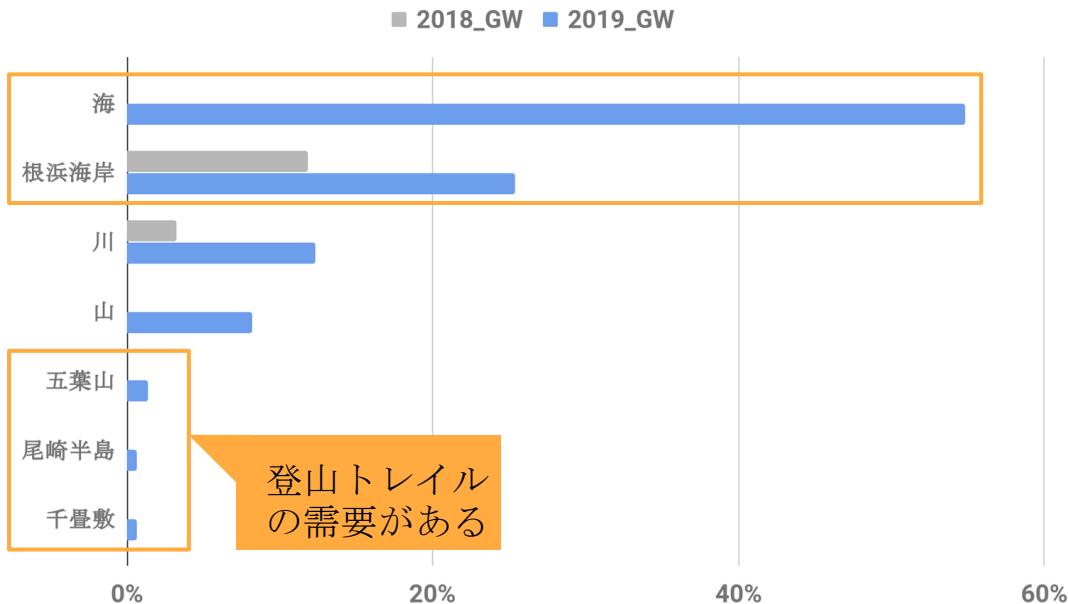


各期間中のお目当て割合（複数回答あり）
上（グレー）-2018年GW 下（青）-2019年GW

12. お目当て 自然・景観

海

GWにも関わらず
海を求める人が多い

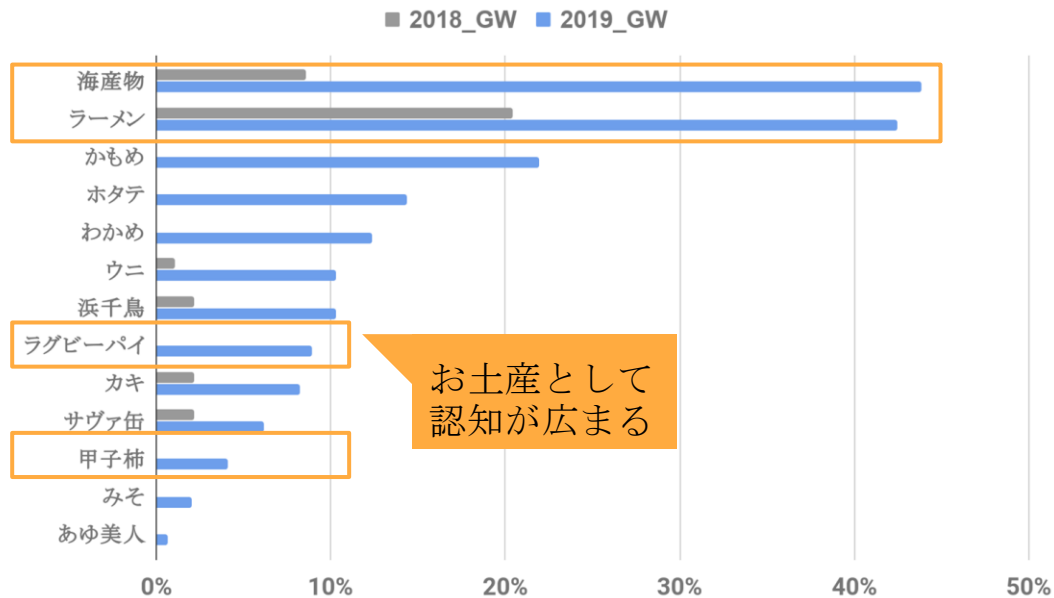


各期間中のお目当て割合（複数回答あり）
上（グレー）-2018年GW 下（青）-2019年GW

13. お目当て 食べ物・お土産

海産物とラーメン

ラーメンは沿岸地域における
差別化が図られた資源



各期間中のお目当て割合（複数回答あり）
上（グレー）-2018年GW 下（青）-2019年GW

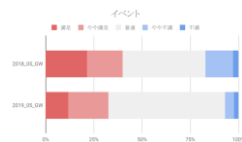
03

2018 → **2019**
5月 5月

釜石に来る観光客は
どんな印象を持ったか

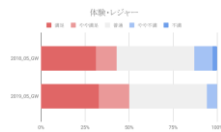


14. 満足度 項目別比較



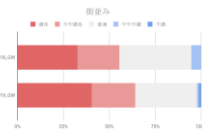
イベント

満足度減少

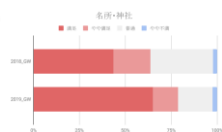


体験・レジャー

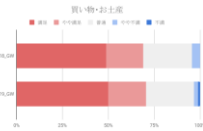
普通が多い
=知らない



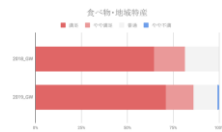
街並み



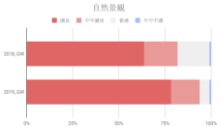
名所・神社



買物・土産



食べ物・特産



自然景観

自然景観は
満足度が向上

低

高

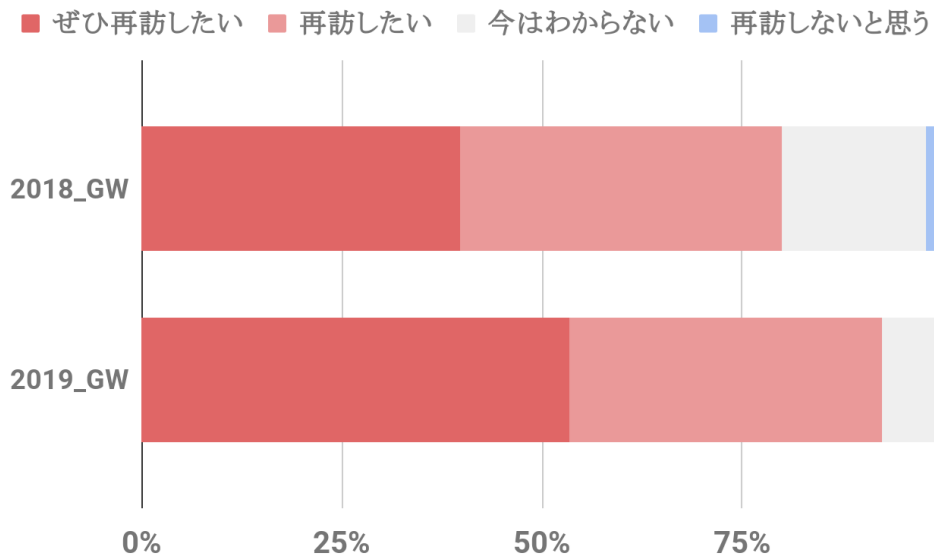
満足度

各期間中の各セッション毎の満足度
上-2018年GW 中-2019年GW
赤：満足 グレー：普通 青：不満

15. 再訪したいか 再訪意欲

80% → 92%

再訪意欲は昨年より高まった



各期間中の再訪意欲調査
上-2018年GW 中-2019年GW

04

2018 → **2019**
5月 5月

分析結果まとめ



まとめと考察

属性

- 19歳以下と30歳代の家族連れ
- 30歳代帰省客
- 関東からの旅行者
- テレビをきっかけとする観光客

大型連休やマスメディアの新施設オープン取り上げにより、県内・関東在住の釜石出身の30歳代の家族が多く帰省した。

目的

- 三陸道沿線を中心とした経由地
- 観光バス、三陸鉄道の移動
- 他へ行くついで、近いから

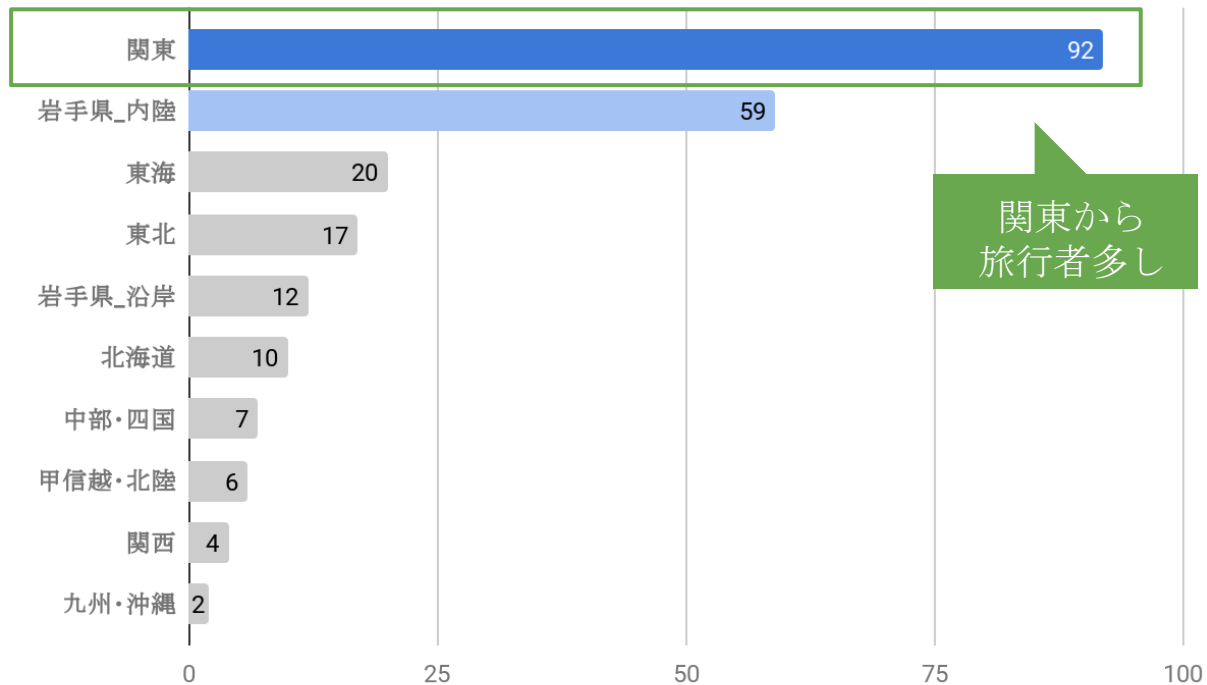
三陸沿岸広域の対象とした旅行の増加。交通網の発達により一都市ではなく、複数都市を併せて周遊する。

印象

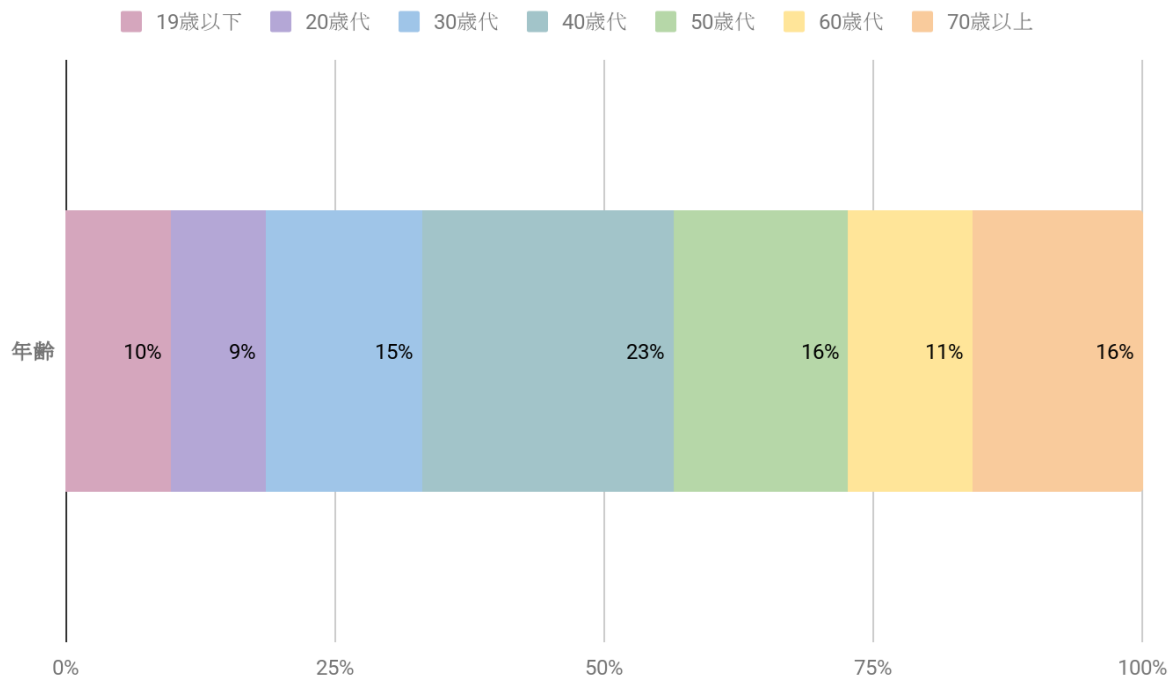
- 飲食に伴う消費額
- 食べ物・特産に関わる満足度
- 魚河岸テラスの観光目的化

釜石の飲食に対する印象・満足度が上向き。オープン以来、順調な賑わいを見せる魚河岸テラスも一因に。

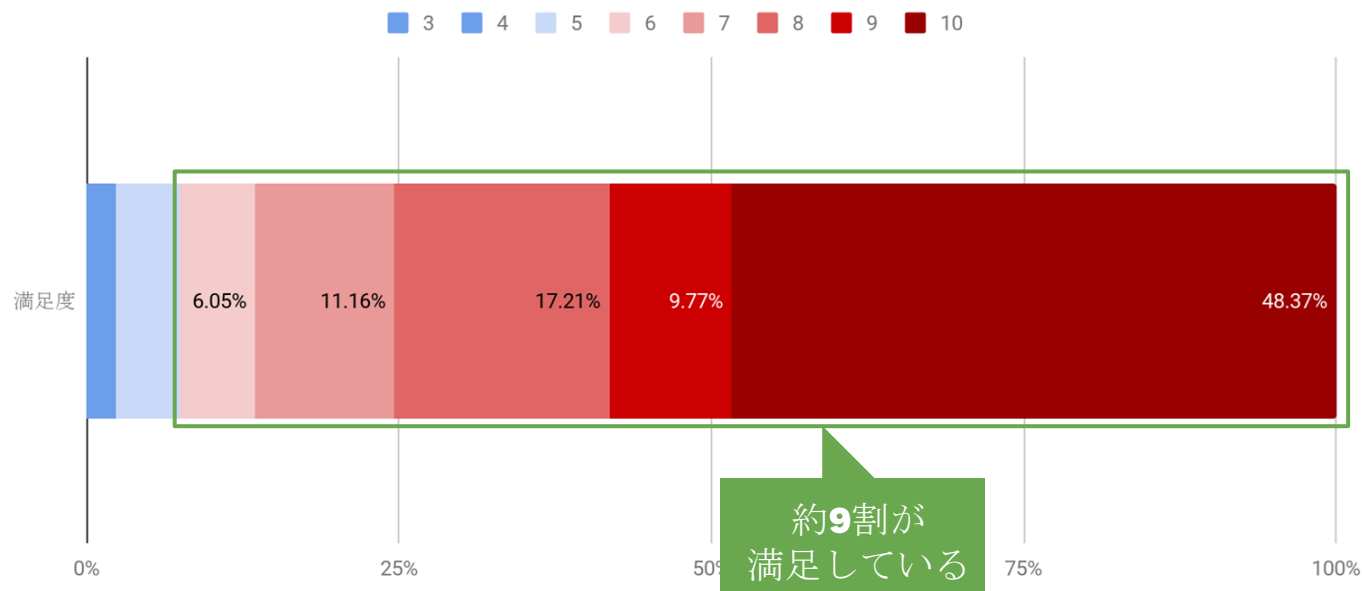
M-1. 未来館-出発地別



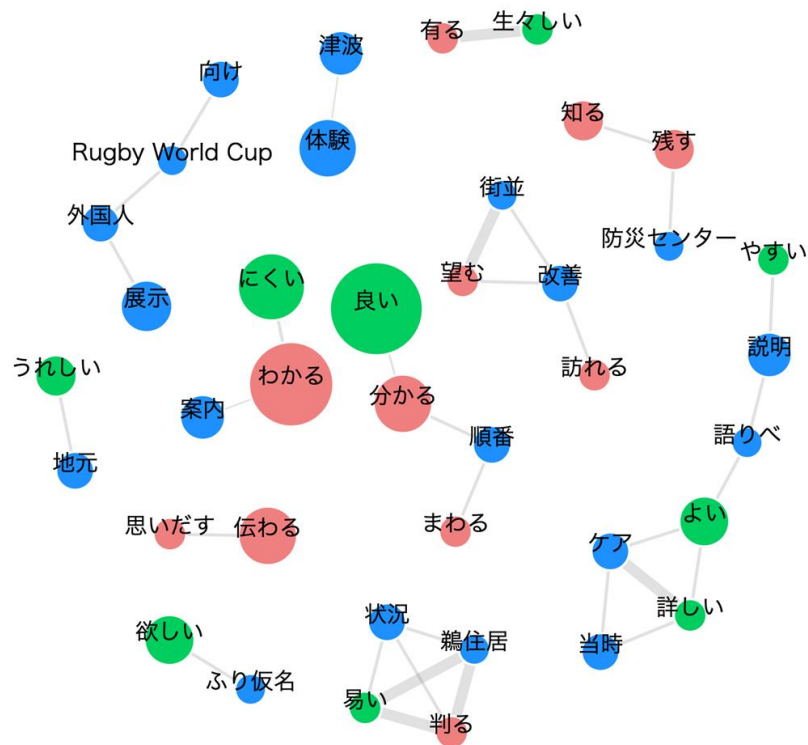
M-2. 未来館-年齢別



M-3. 未来館-満足度



M-4. 未来館-改善点（要約）



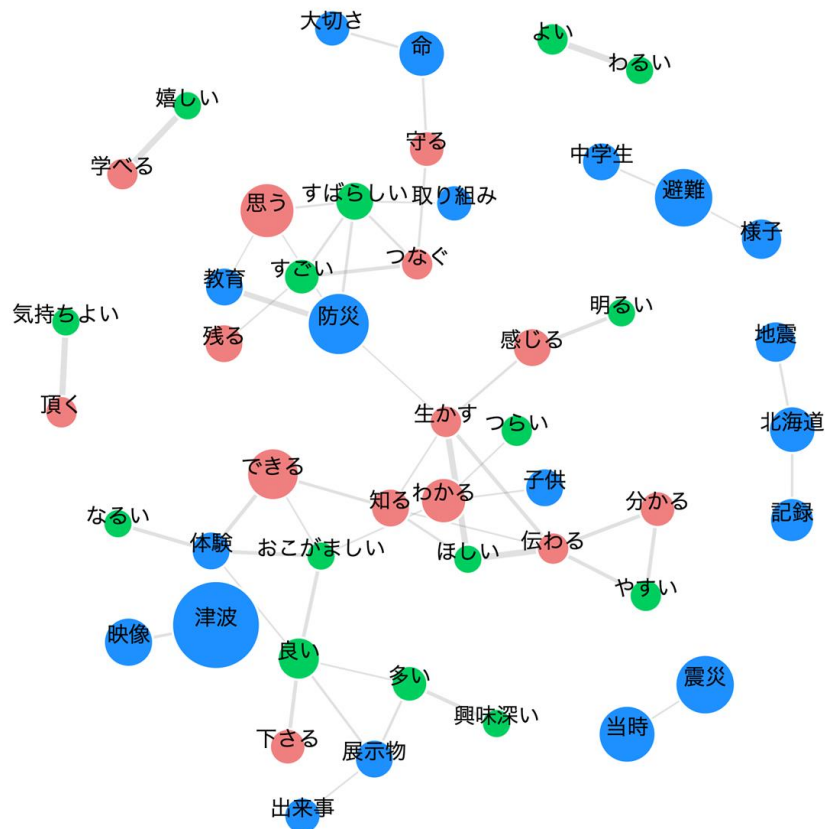
コンテンツに関する要望

- 小学生のためにふり仮名を
- 外国人のために英語表記を
- 語り部がいるとより分かりやすい

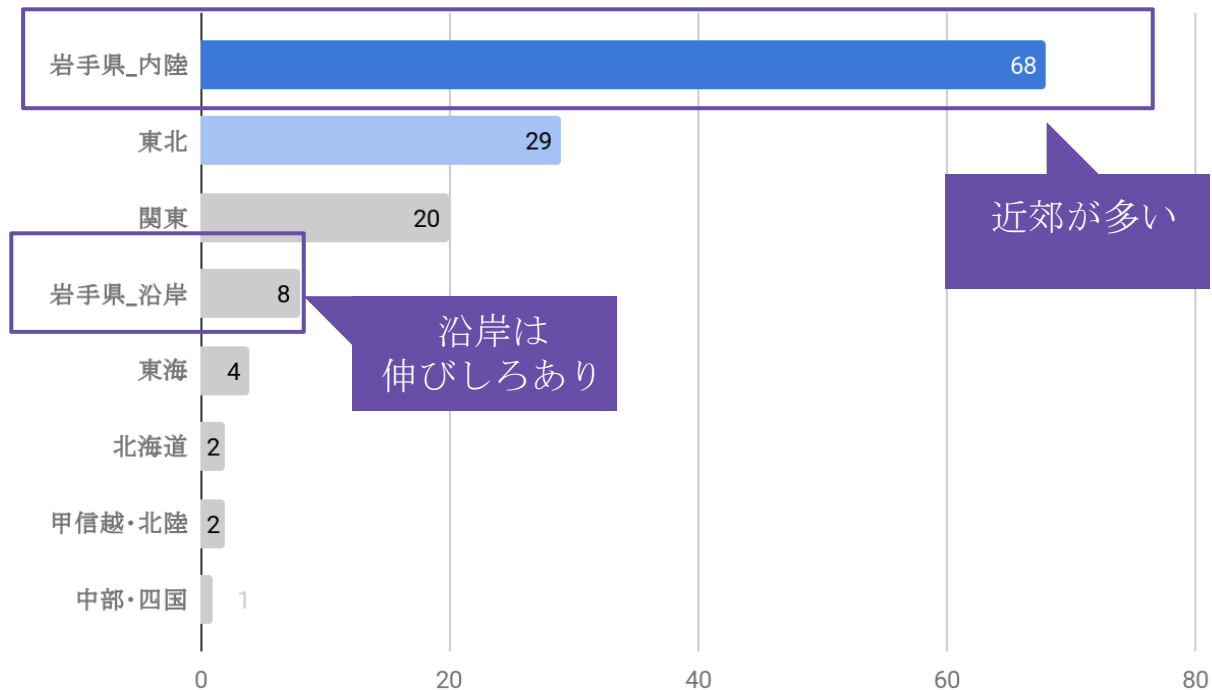
設備に関する要望

- 周る順路がわかると良い
- 震災資料の購入ができると良い
- 水のサービスがあると嬉しい

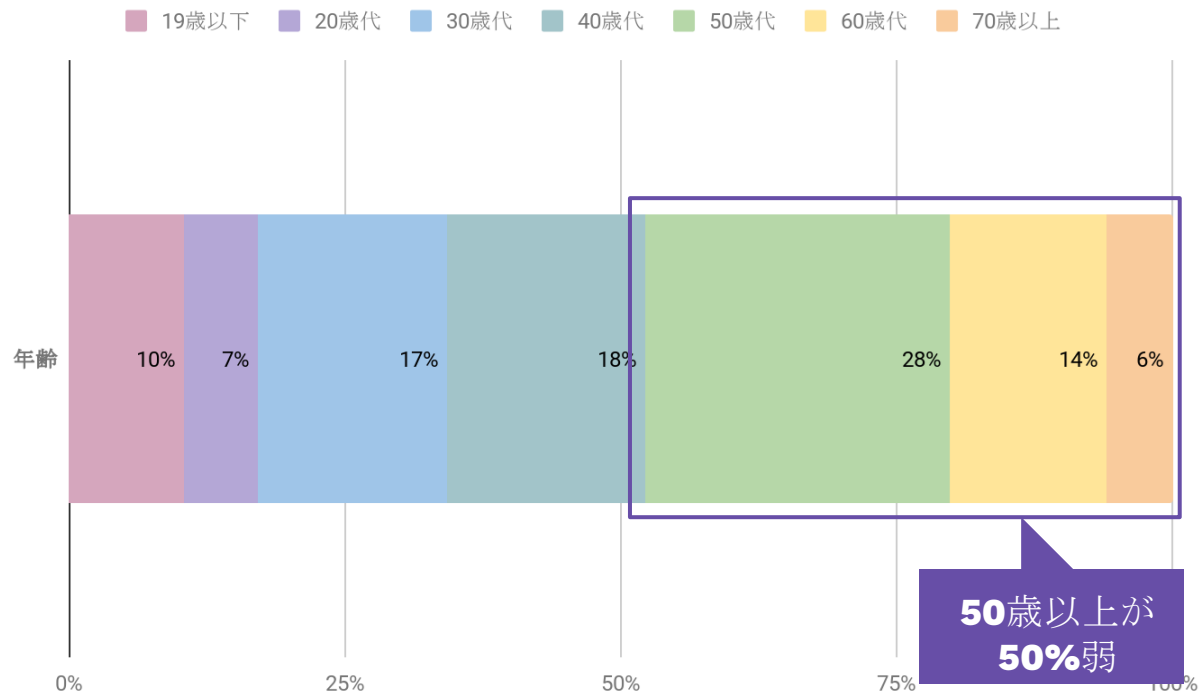
M-5. (参考) 未来館-印象に残ったもの



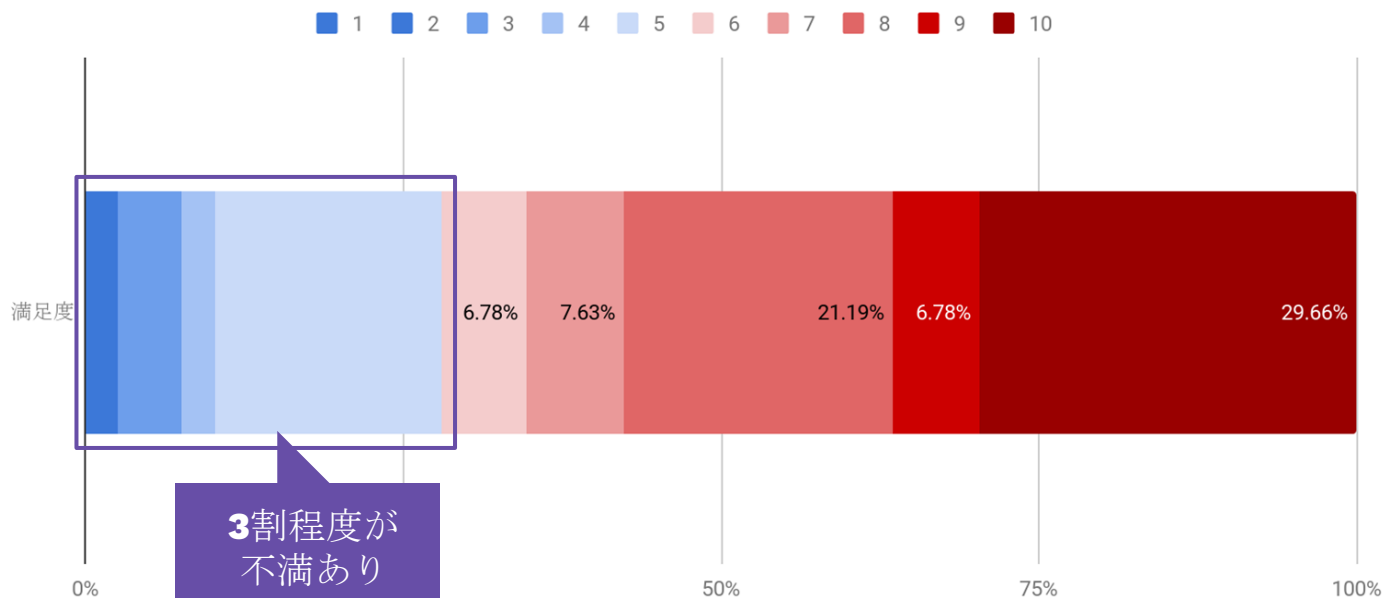
U-1. 魚河岸テラス-出発地別



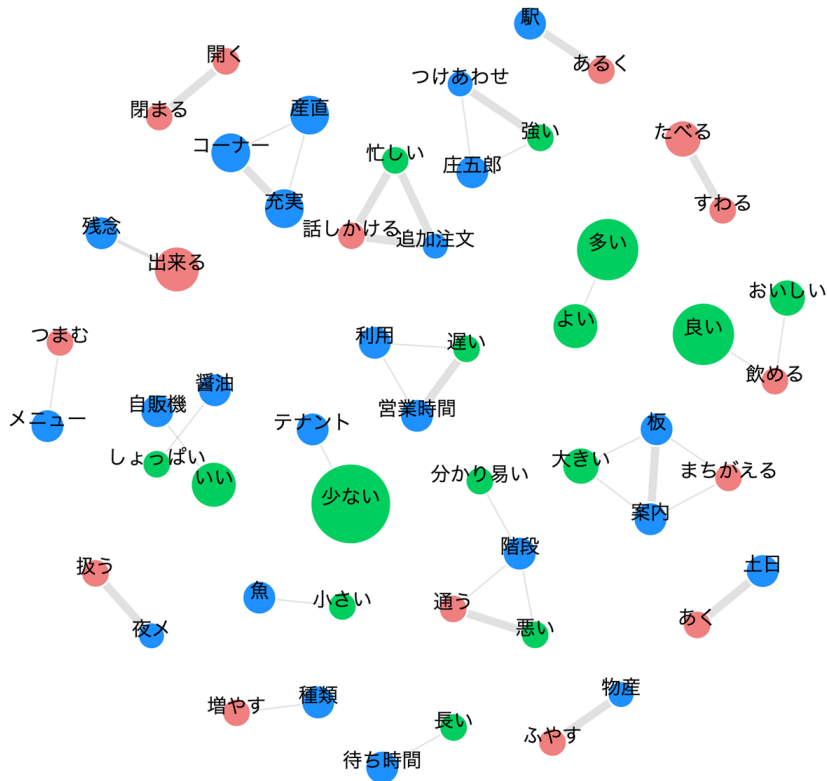
U-2. 魚河岸テラス-年齢別



U-3. 魚河岸テラス-満足度



U-4. 魚河岸テラス-改善点（要約）



飲食店に関する要望

- メニューの種類を増やしてほしい
- 昼帯の営業時間が短い、特に土日
- 忙しそうで話しかけづらい

施設に関する要望

- エレベーターの位置が分かりづらい
- 産直コーナーを充実してほしい
- 国道からの案内がほしい