



釜石市観光来訪調査 秋

2021年1月31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	10月20日～11月24日 [2018年] 11月14日～12月26日 [2019年] 9月20日～11月8日 [2020年]
調査概要	
回収票数	124サンプル [2018年] 100サンプル [2019年] 191サンプル [2020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

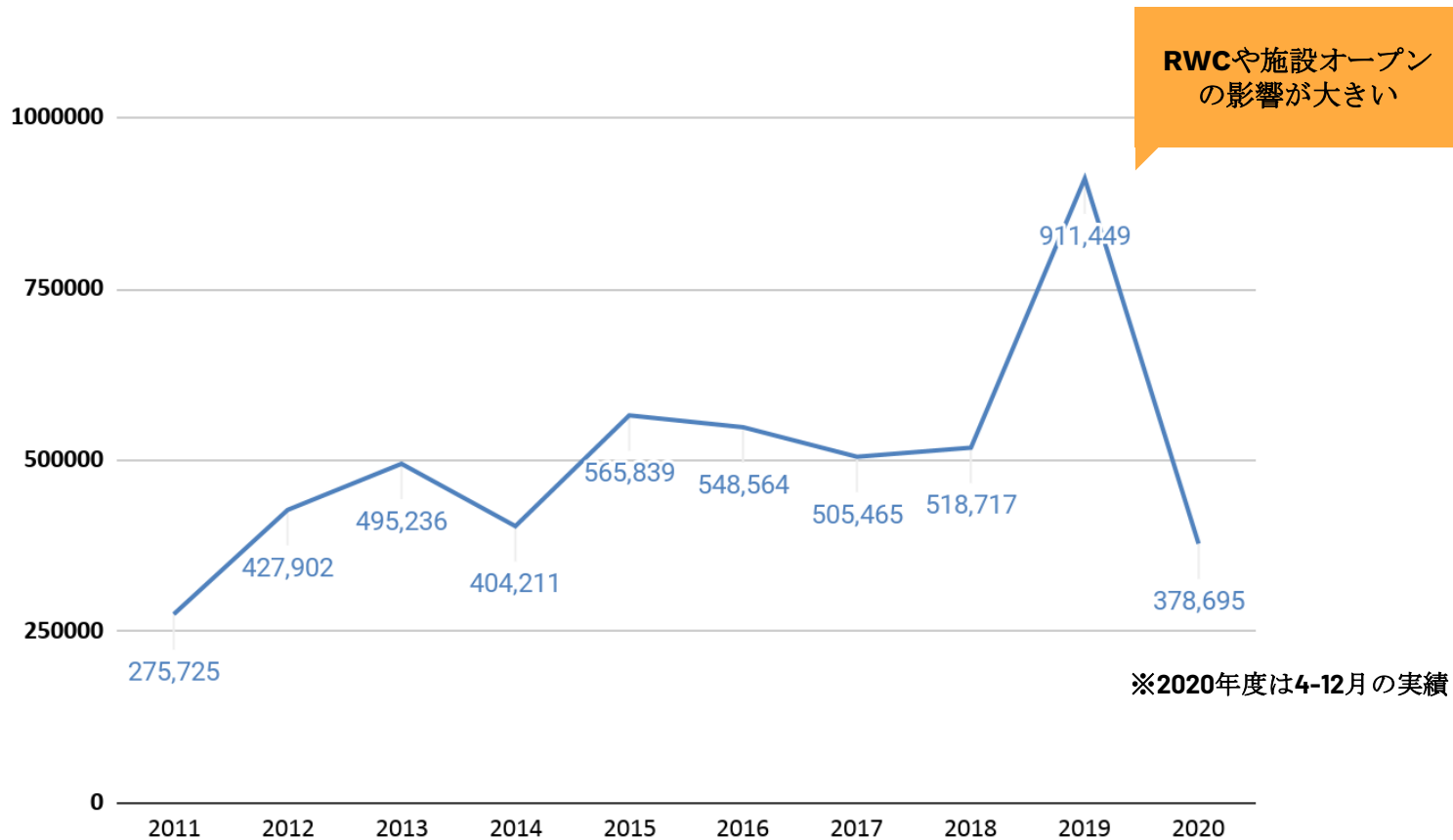


基礎情報
2020年

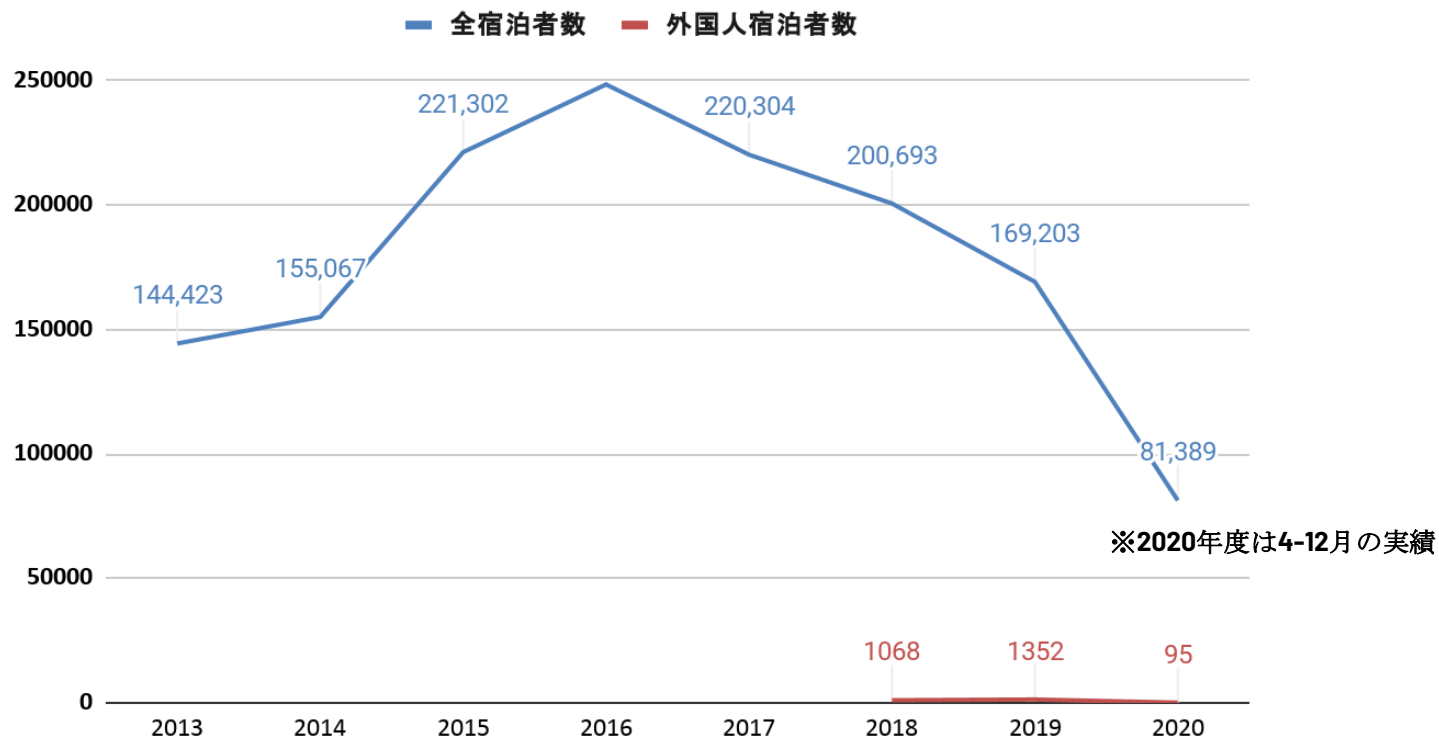
入込客数	378,695人	[2020年12月速報値]
宿泊者数	81,389人	[2020年12月速報値]
リピート率	76%	[2020年10-12月]
消費額	31,628円	[2020年10-12月]



宿泊客数



宿泊客数



※2019年の外国人宿泊者数は見込み

01

2018 → **2020**

Q4

Q4

釜石に来る観光客は
どんな属性か



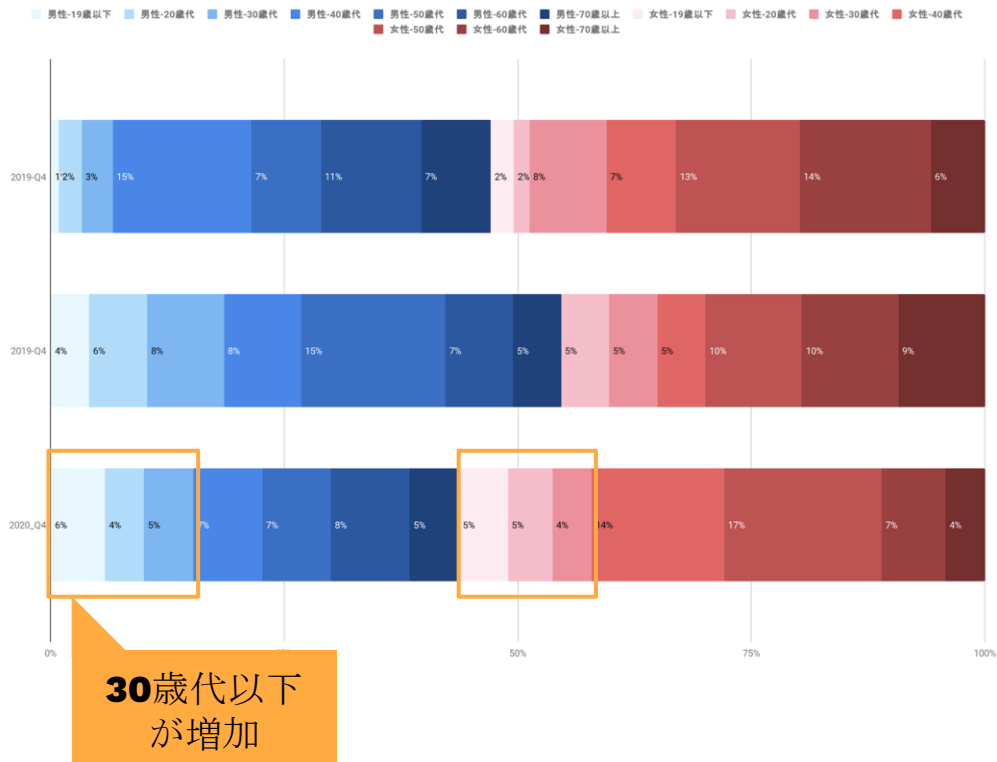
1. 誰が 年代-性別

56%

過去のデータと比べても
女性の割合が多い

19% → 30%

2018年Q4と比べて
30歳代以下の割合が増加

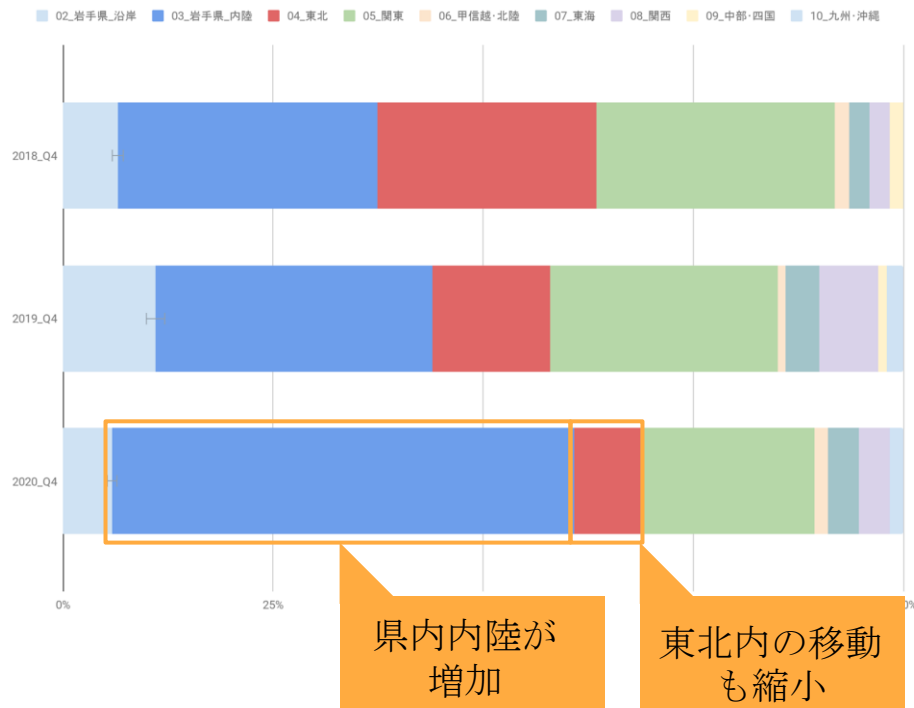


釜石の観光客を100とした場合の各年代-同伴者別の割合

2. どこから 地区割合

55%

岩手県内陸からの観光客が
半数以上を占める

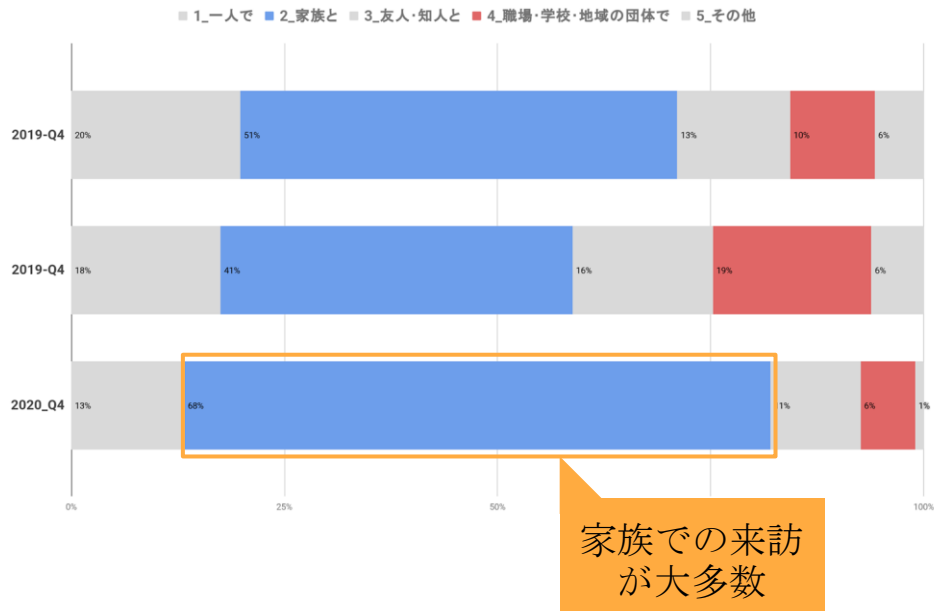


釜石の観光客を100とした場合の各地域の割合

3. 誰と 同伴者

68%

家族で訪れる機会が
増加した

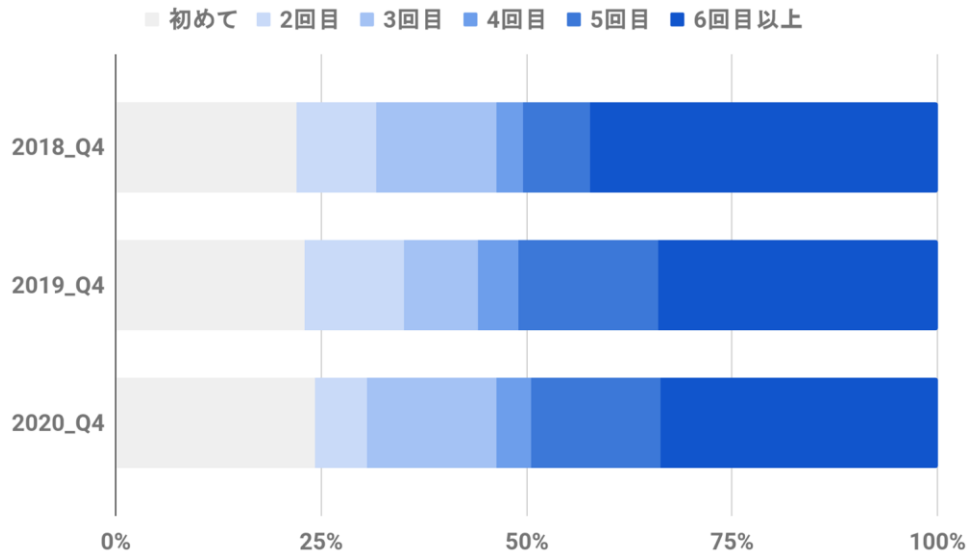


釜石の観光客を100とした場合の各年代-同伴者別の割合
各世代ごと・上（薄色）-2018年Q4 下（濃い色）-2019年Q4

4. 何度目の 訪問回数

76%

リピート率は高い水準を維持



釜石の観光客を100とした場合の各年代-同伴者別の割合

02

2018 → **2020**
Q4 Q4

釜石に来る観光客は
何を**目的**に来ているか



4. きっかけ 2019→2020

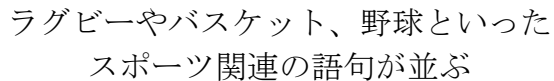
	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	職場・学校	ポスター・チラシ	口コミ	SNS	インターネット	他へ行く ついでに	近いから	地元	偶然
北海道												
岩手県_沿岸	-1.3		-2.7	-1.3	-0.7			1.2	1.2	-0.1	4.3	
岩手県_内陸	10.5	0.5	3.7	-1.2	-1.4	0.3	0.4	1.1	4.0	1.1	-0.7	3.7
東北	-1.4	-1.3	-1.4	-2.7		0.6		-0.1	-1.3	-1.3	2.5	
関東	-3.5	-0.7	-0.2	-5.4	-4.7	-0.7	1.2	2.4	1.1	-1.4	-0.7	-1.3
甲信越・北陸								0.6	0.6	-1.3		
東海			6	-0.7	0.6		-0.7	1.9	-0.7		0.6	
関西	-2.0		-0.7	-0.7				-0.7				
中部・四国												
九州・沖縄				-1.3	0.6							

テレビの影響
力は大い

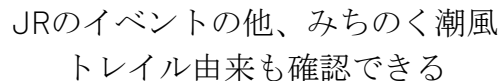
インターネット
の効果が増加

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

2019



2020



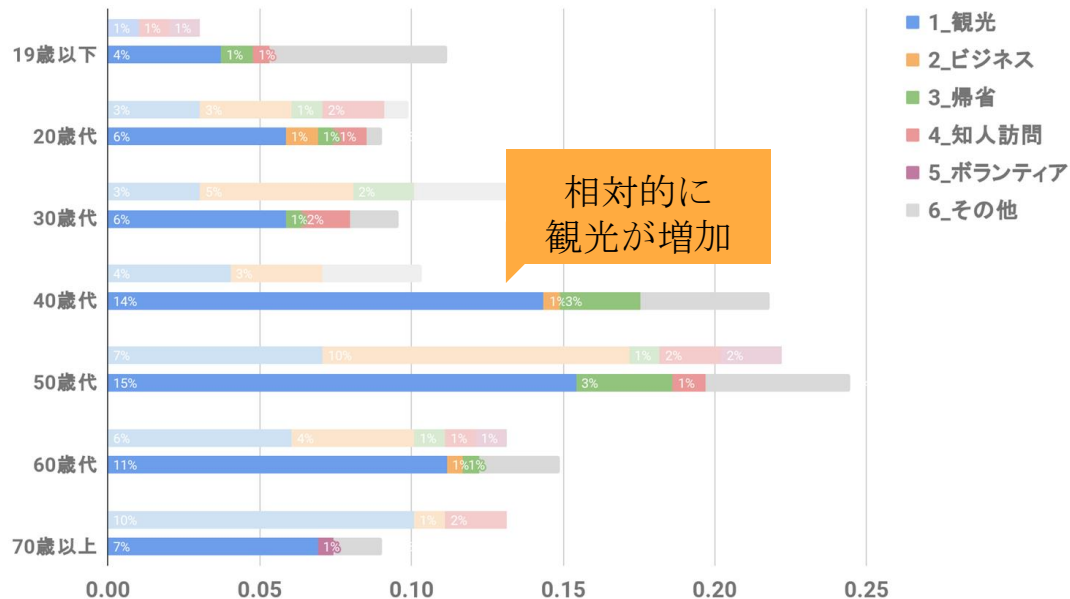
左-2019年Q4 右-2020年Q4

※ユーザーローカル テキストマイニングツール (<https://textmining.userlocal.jp/>) による分析

5. 目的 年代-目的

26% → 3%

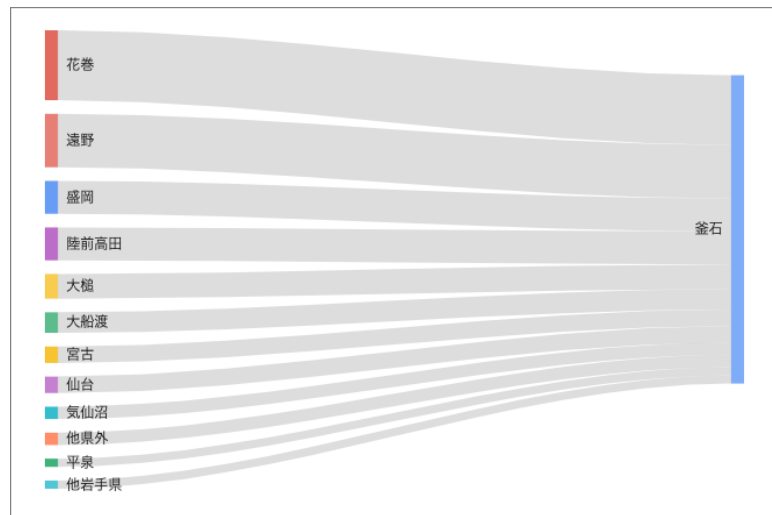
ビジネス目的の
来訪者が激減した



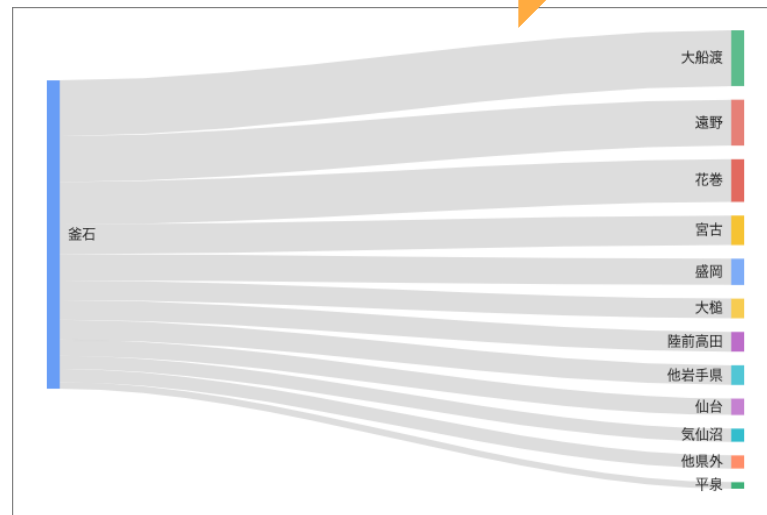
各期間の観光客数を100とした場合の各年代-来訪目的
各世代ごと・上（薄色）-2019年Q4 下（濃い色）-2020年Q4

6. 経由地 2019Q4

From



To

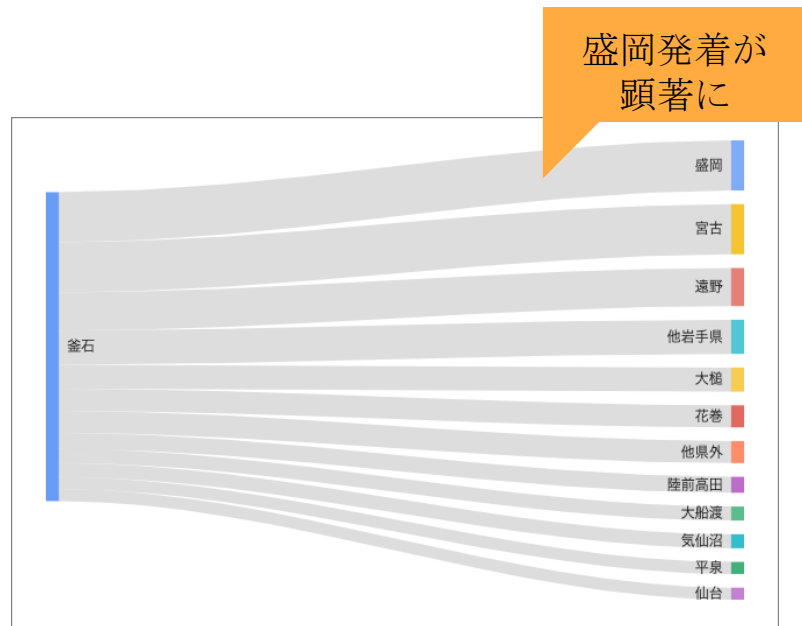
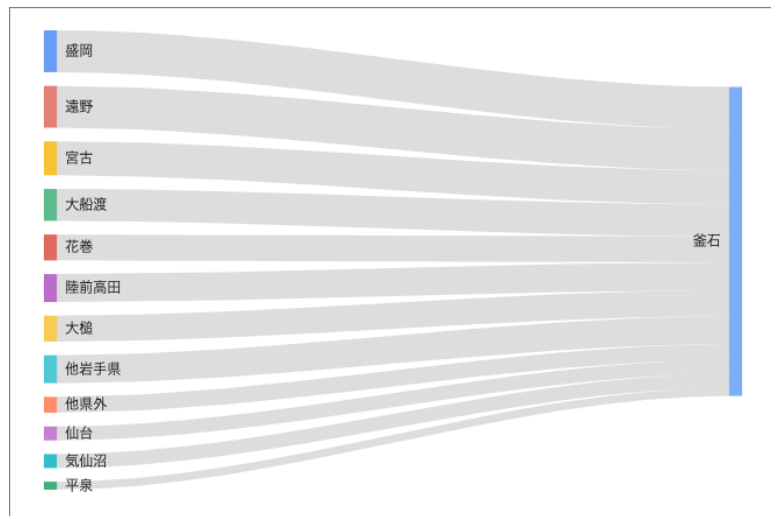


近隣の流れが
中心

2019年Q4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Q4の経由地[前] 右-2019年Q4の経由地[後]

6. 経由地 2020Q4

From



盛岡発着が
顕著に

2018年Q4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-2018年Q4の経由地[前] 右-2018年Q4の経由地[後]

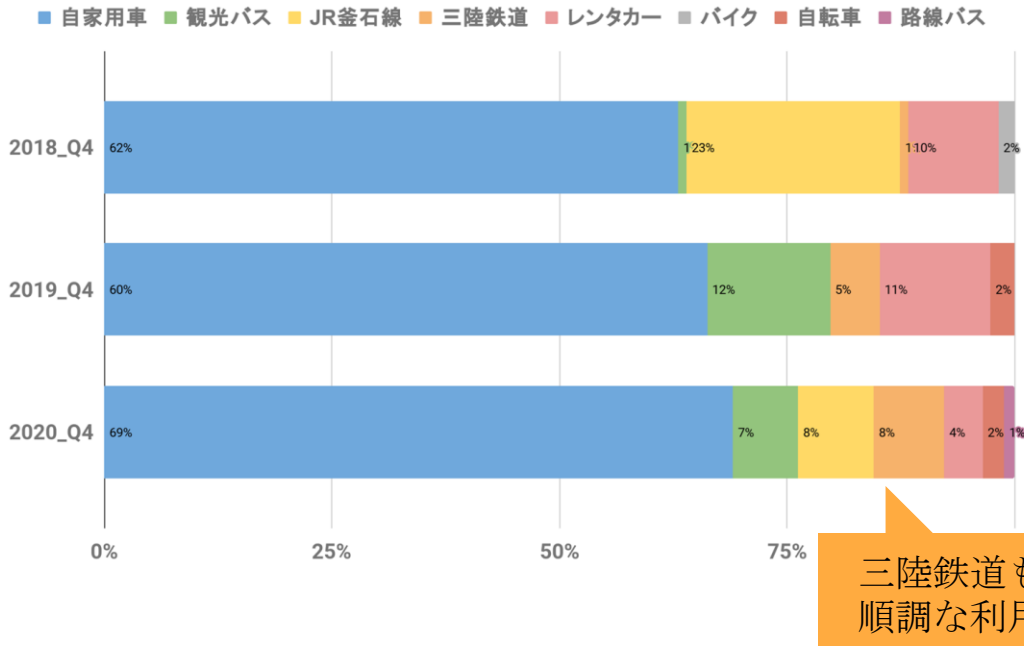
7. 交通手段 2018→2020

2018Q4

2020Q4

62% → 69%

自家用車の割合が増加傾向



各期間中の観光客を100とした場合の交通手段割合

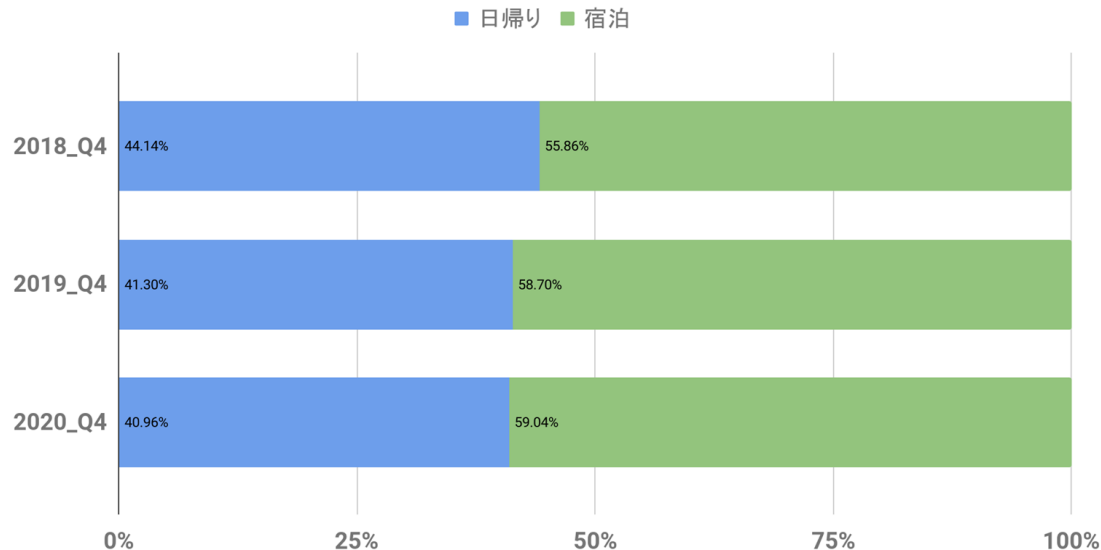
8. 宿泊率 2018→2020

2018Q4

2020Q4

56% → 59%

10-12月の宿泊率は増加傾向

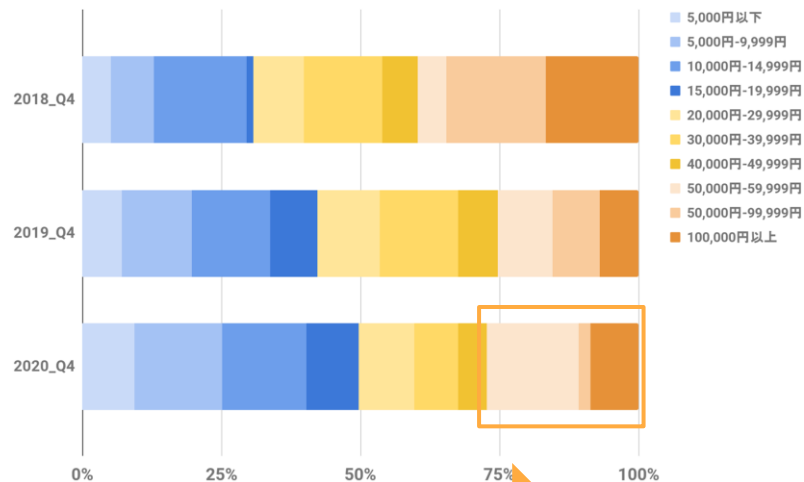


各期間中の観光客を100とした場合の日帰り-宿泊割合
上-2018年Q4 中-2019年Q4 下-2020年Q4

9. 総予算 旅行者数-予算額

24,000円 → 20,000円

総予算の中央値は減少傾向



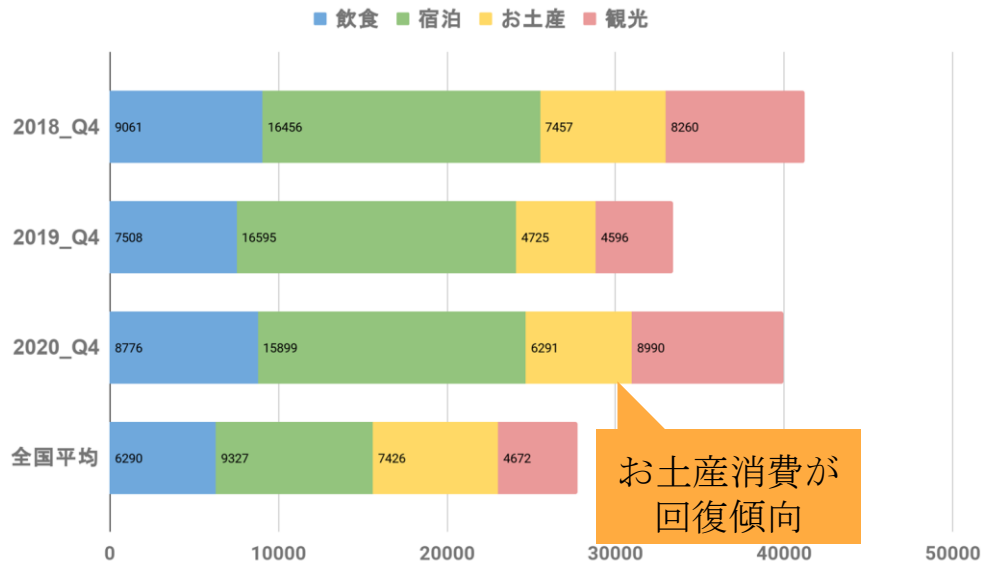
予算**5万円**
以上は一定数

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Q4 中-2019年Q4

10. 消費額 項目別-予算額

4,725円 → 6,291円

お土産の予算額が増加した

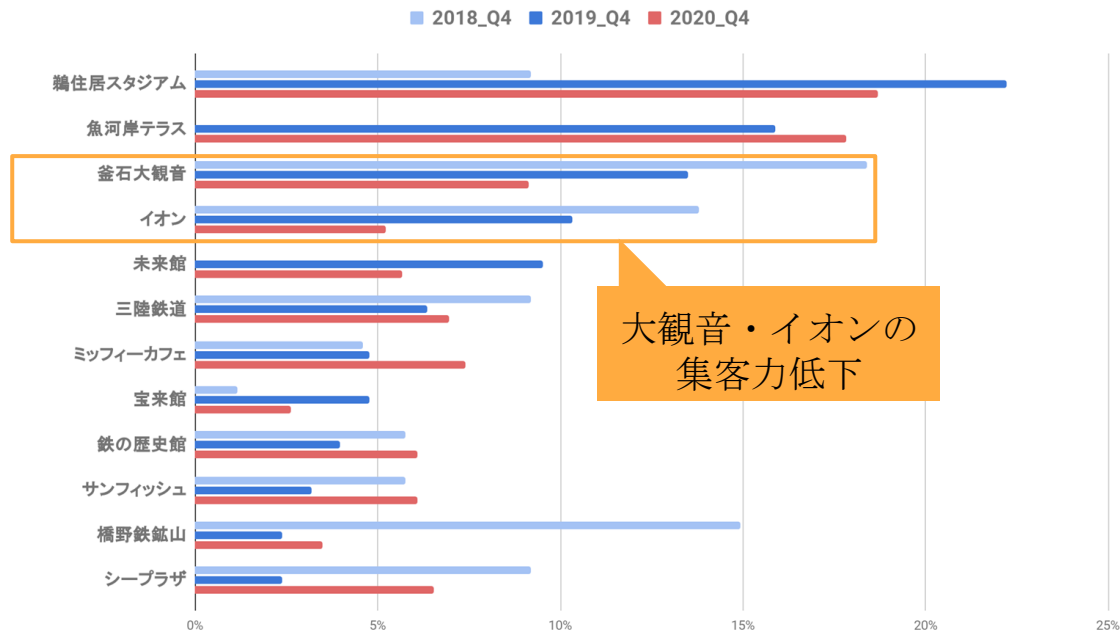


各期間中の各予算の平均消費額を合算
上-2018年Q4 中-2019年Q4 下-全国平均

11. お目当て 施設等

うのスタ・テラス

観光の目的化している

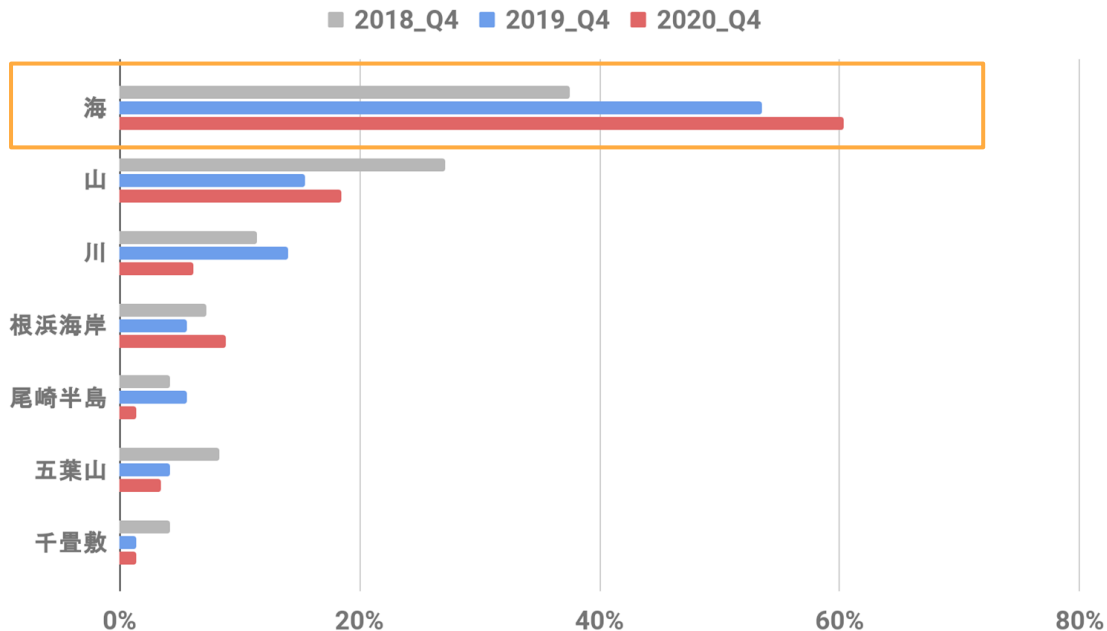


各期間中のお目当て割合（複数回答あり）
上（グレー）-2018年Q4 下（青）-2019年Q4

12. お目当て 自然・景観

海

この3年間で明確に「海」を
目的とした来訪者が増加

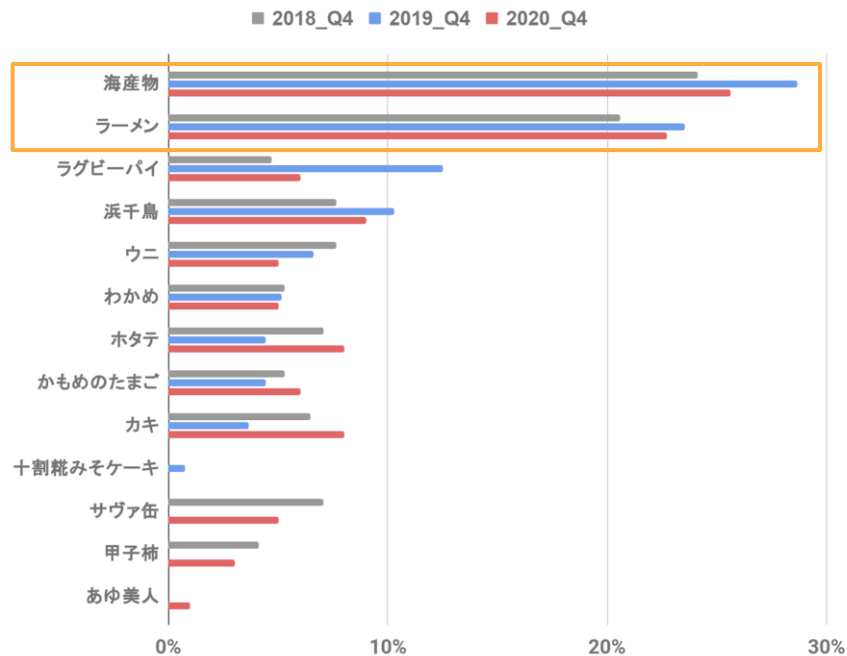


各期間中のお目当て割合（複数回答あり）
上（グレー）-2018年Q4 下（青）-2019年Q4

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

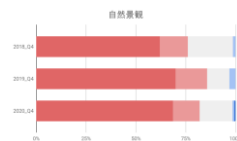
03

2018 → **2019**
Q4 Q4

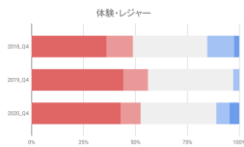
釜石に来る観光客は
どんな印象を持ったか



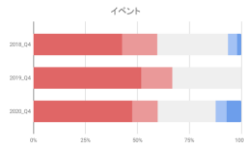
14. 満足度 項目別比較



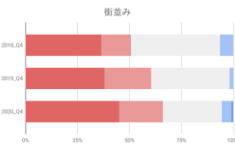
自然景観



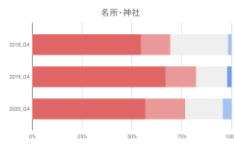
体験・レジャー



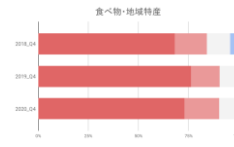
イベント



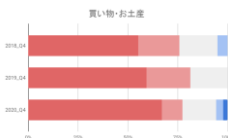
街並み



名所・神社



食べ物・特産



買い物・土産

関心のなさ

年々増加傾向

高い水準を
キープ

50%

60%

70%

80%

90%

100%

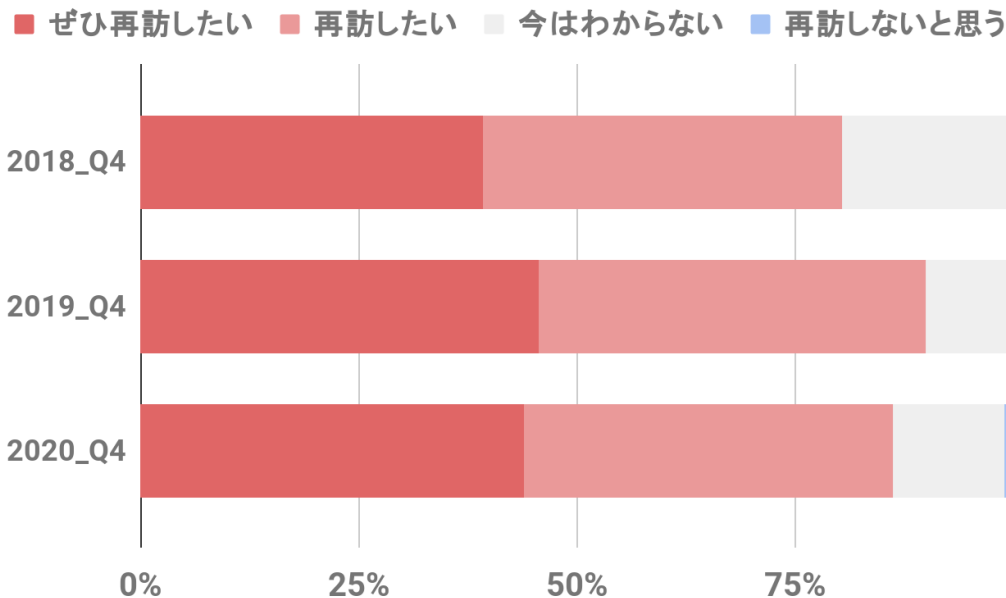
満足度

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

90% → 86%

再訪意欲は低下



各期間中の再訪意欲調査
上-2018年Q4 中-2019年Q4 中-2020年Q4

04

2018 → **2020**
Q4 Q4

分析結果まとめ



まとめと考察

属性

- 30歳代以下で家族と
- 岩手県内陸・沿岸からの旅行者
- 県外からの来訪者



県を跨いだ移動を避け、内陸から30歳代～50歳代の家族が沿岸へ足を運んだ。特に盛岡発着の観光客増加が顕著である。

目的

- インターネットでのきっかけ
- ラグビーの他JRイベント等を目的
- 総予算は減少、お土産予算は増加



インターネットのプロモーション効果が増加している。調査期間中は宿泊割により、宿泊率の大きな落ち込みを避けた。

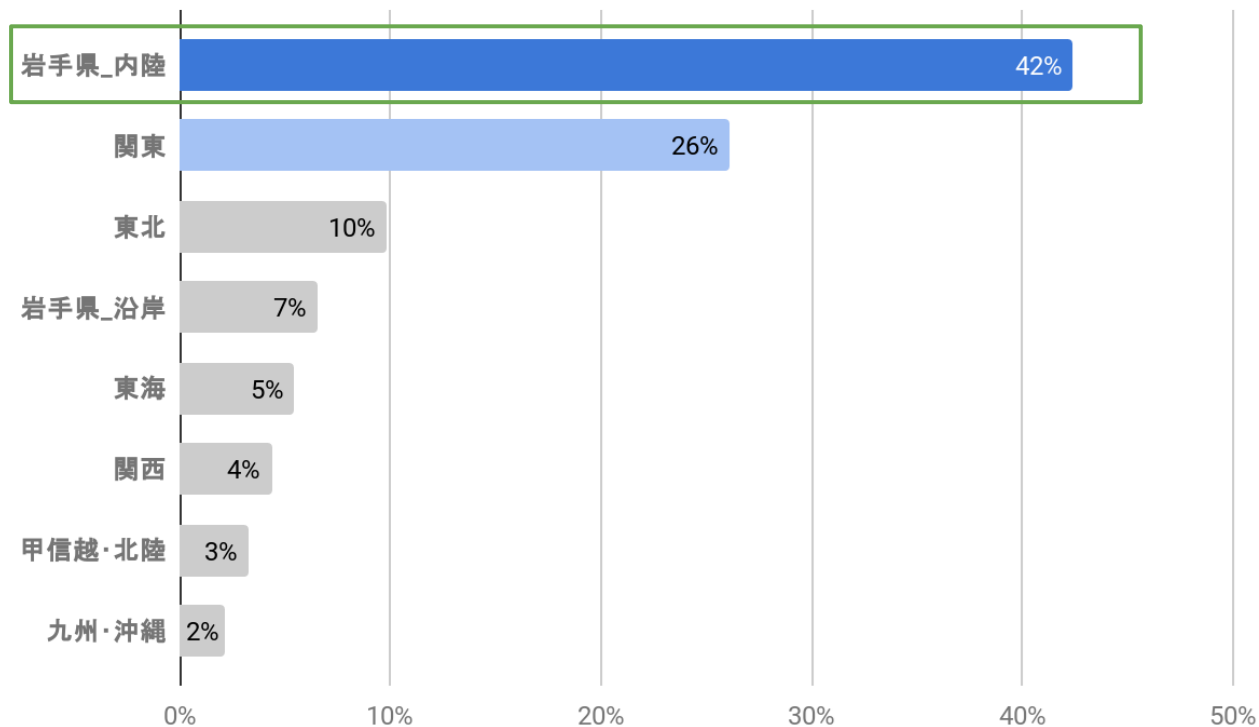
印象

- 街並みに対する満足度
- 体験レジャーの満足度
- 再訪意欲も微減

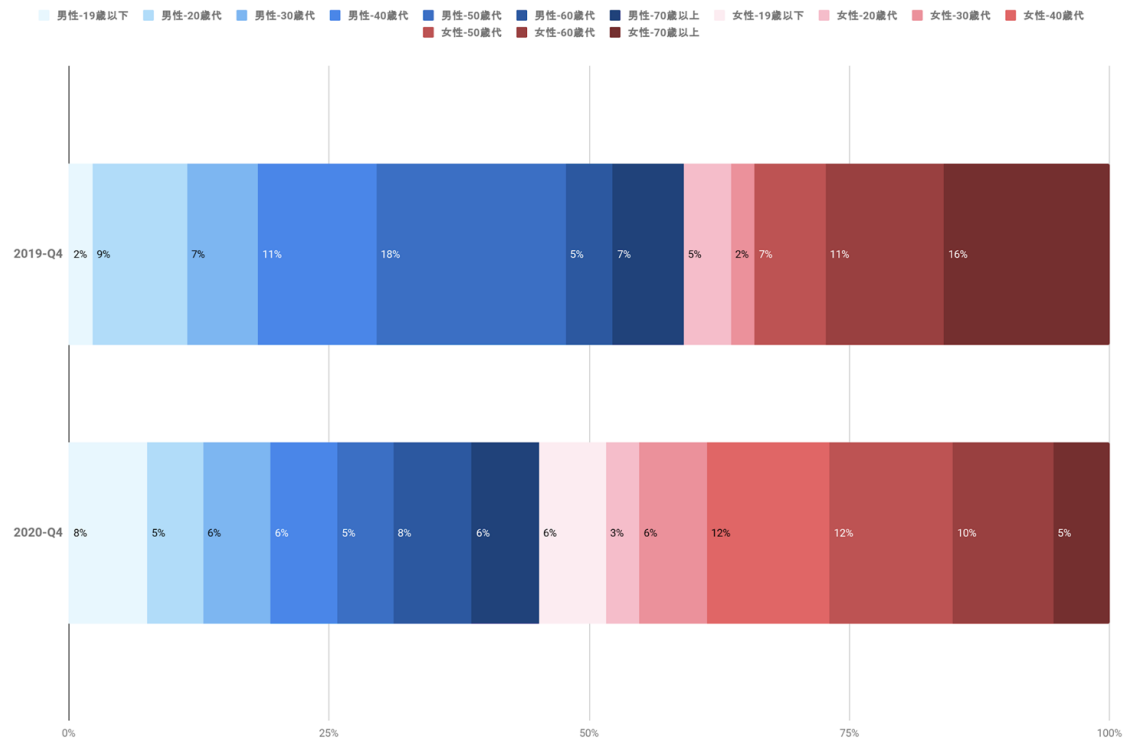


ハード復興が進み街並みへの満足度は向上。食べ物・特産は満足度も大きいですが、体験・レジャーやイベントは期待を持たれていないのが現状。

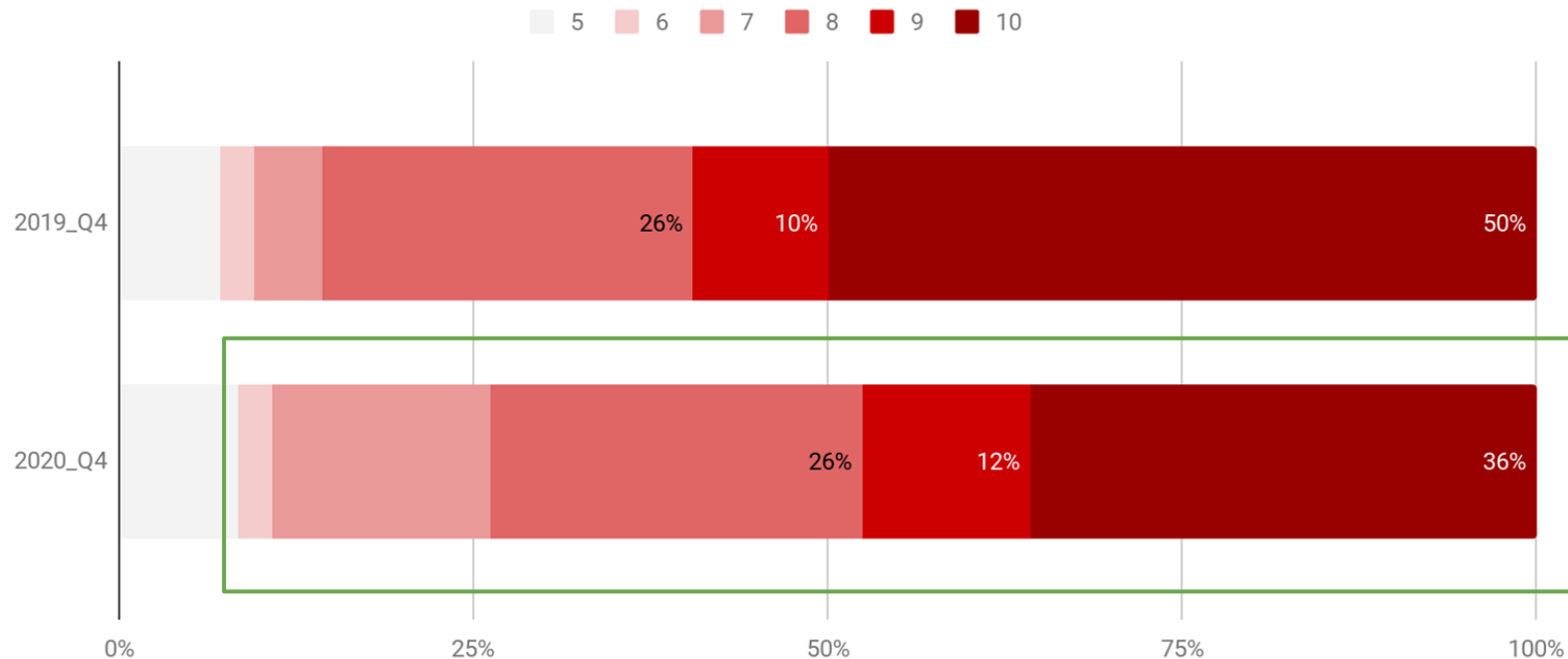
M-1. 未来館-出発地別



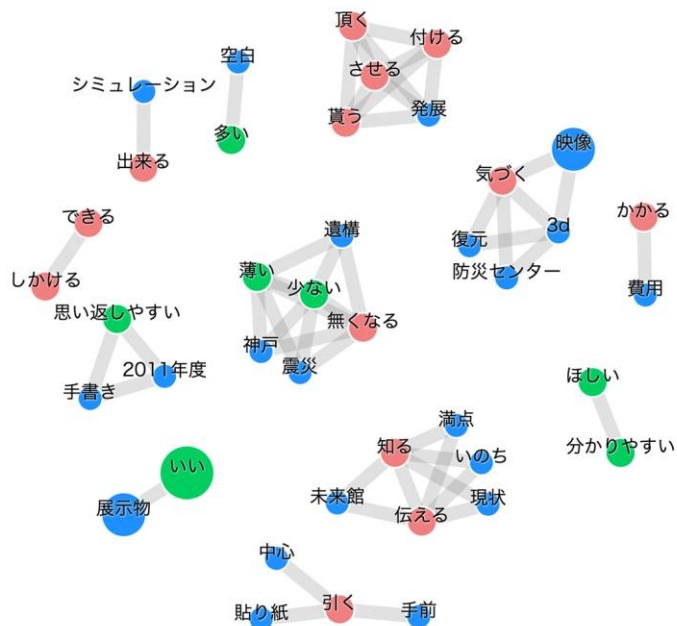
M-2. 未来館-年齡別



M-3. 未来館-満足度



M-4. 未来館-改善点（要約）



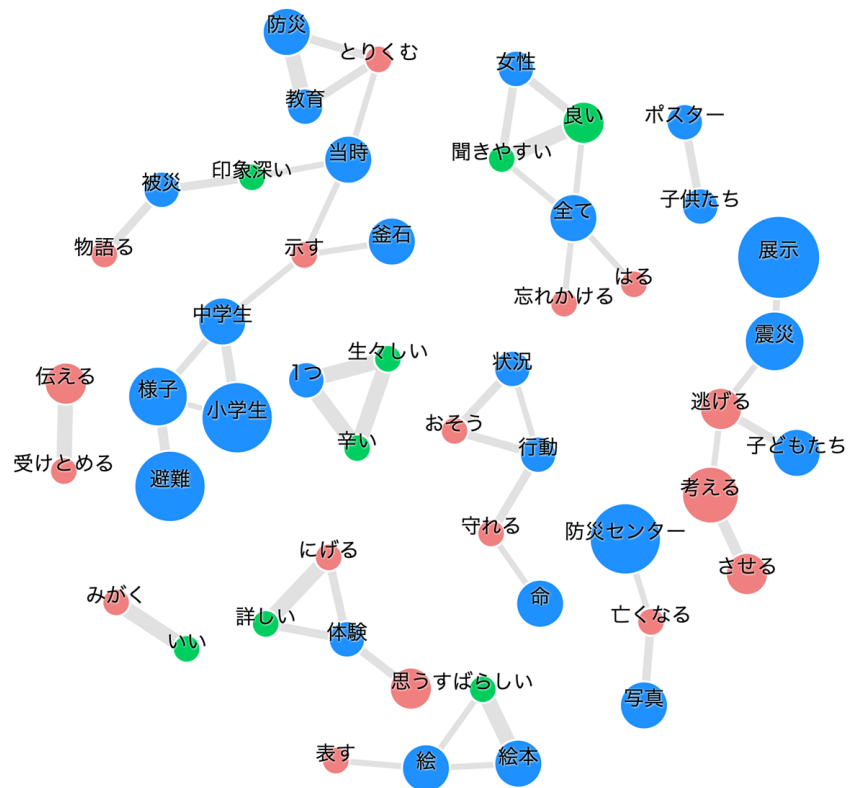
コンテンツに関する要望

- 体験型の何かがあると良い
- 3D復元映像は自動再生でも

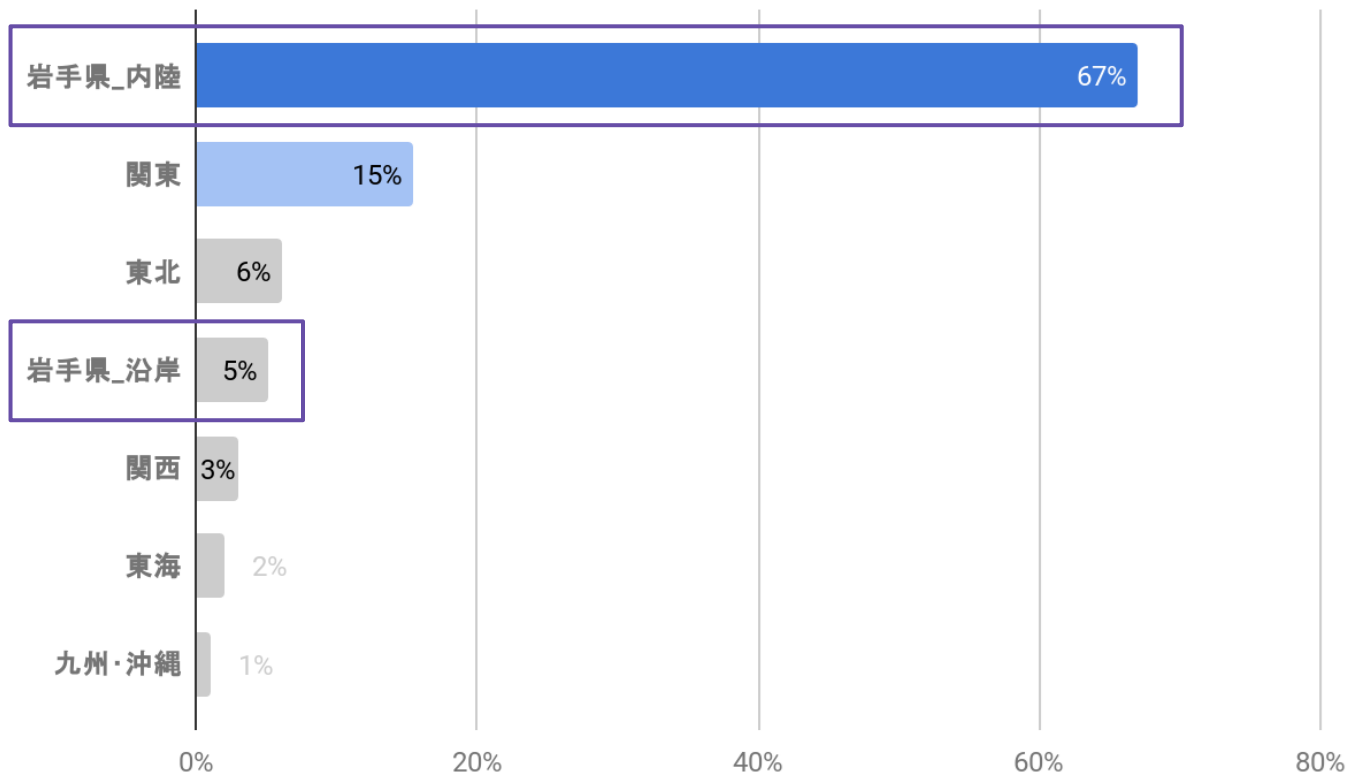
設備に関する要望

- 震災資料の購入ができるが良い
- 展示物の点数がもっとほしい
- 観光バスと一緒に感染対策が気になった

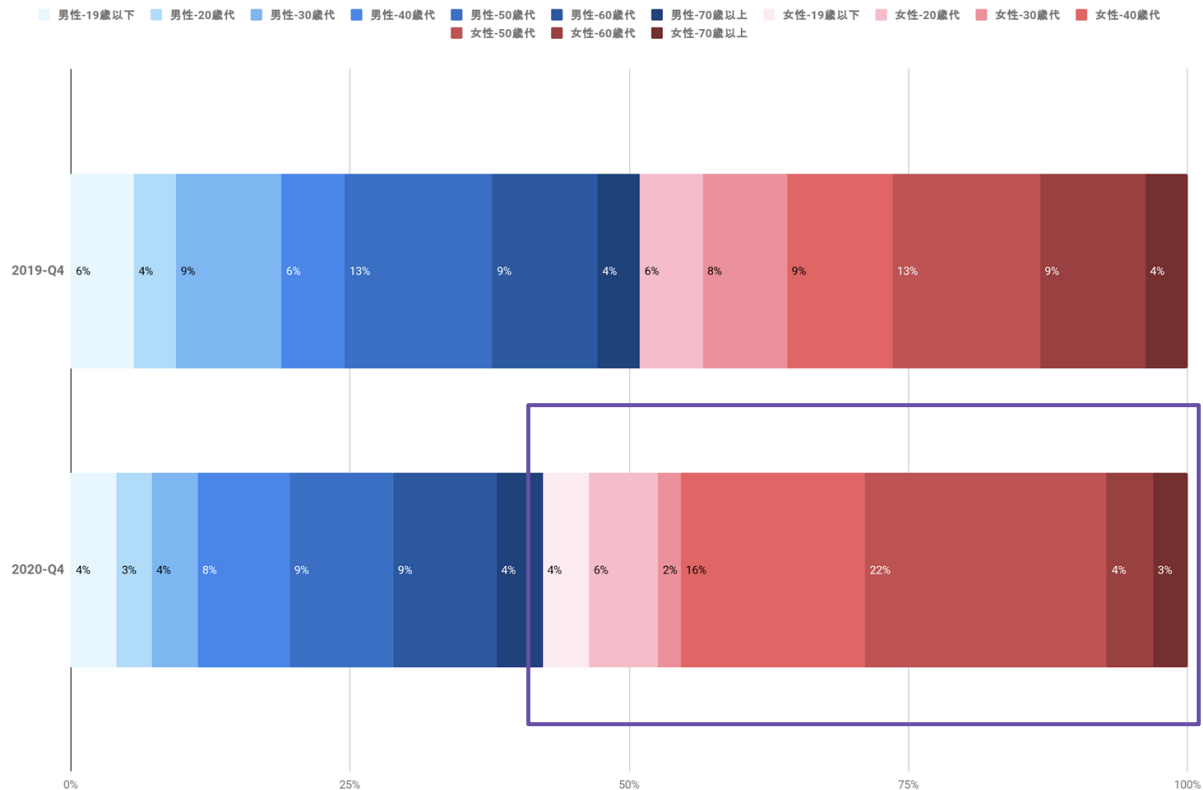
M-5. (参考) 未来館-印象に残ったもの



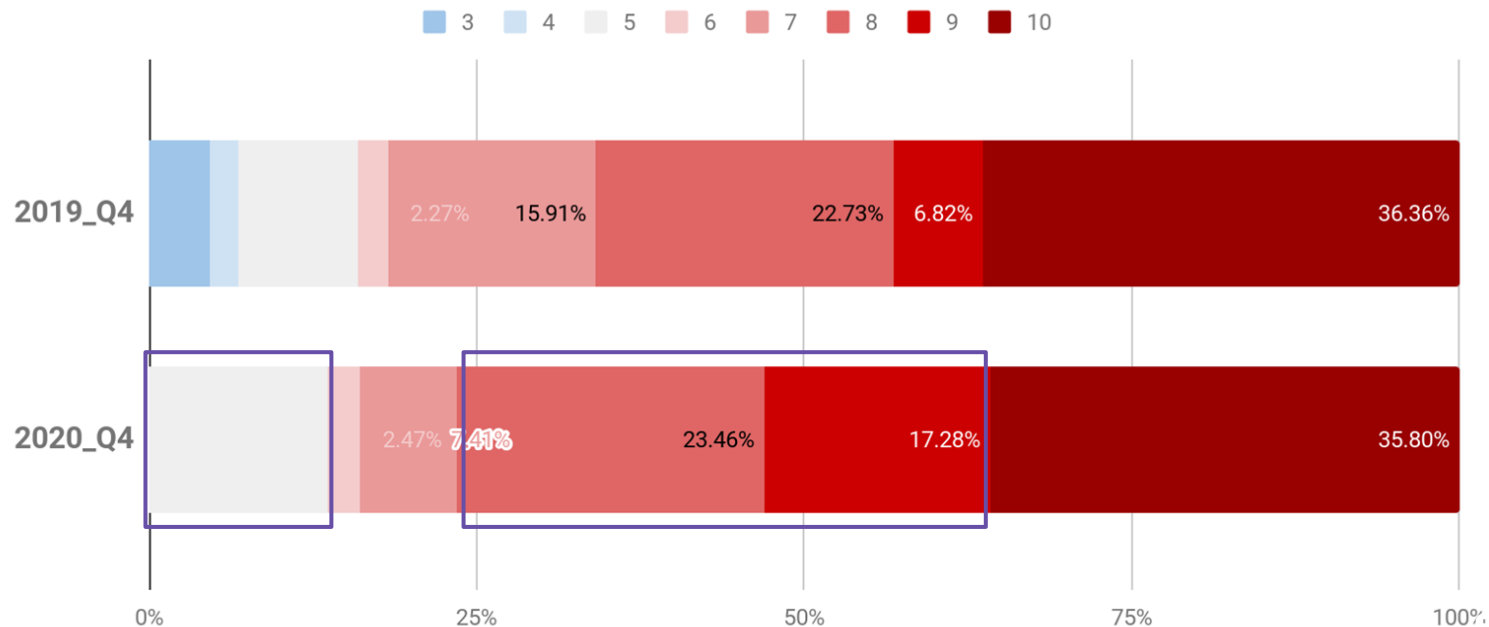
U-1. 魚河岸テラス-出発地別



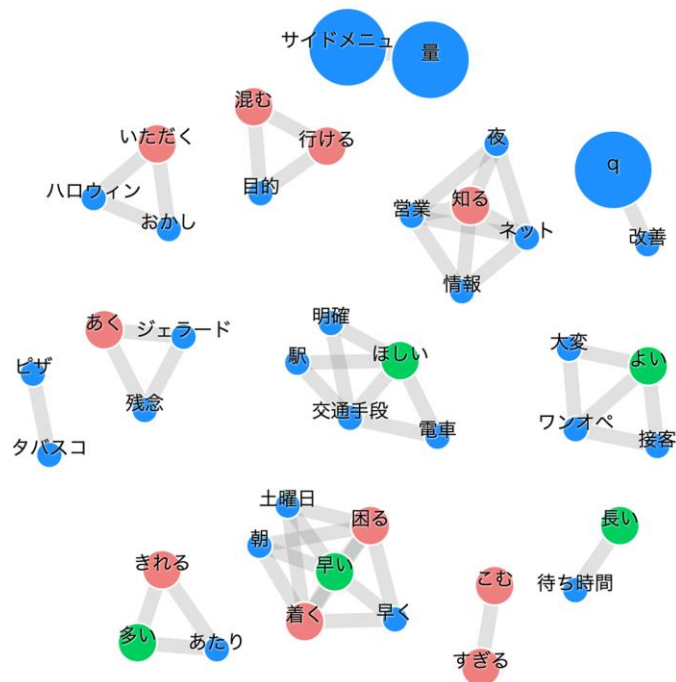
U-2. 魚河岸テラス-年齢別



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

- 待ち時間が長い
- 混んでいて目的のお店に行けない
- 来ないと夜営業がわからない

施設に関する要望

- ジェラートが開いていない
- お土産が少ない
- 駅からの手段を明示してほしい