

A scenic landscape in a valley. In the foreground, there are green grasses and small purple and yellow flowers. A paved path leads from the bottom right towards the center. In the middle ground, a river flows through a valley, surrounded by lush greenery and several cherry blossom trees in full bloom, some with white and pink blossoms. In the background, there are rolling mountains with patches of green and brown, under a bright blue sky with scattered white clouds.

釜石市観光来訪調査 初夏

2021年6月30日
株式会社かまいしDMC

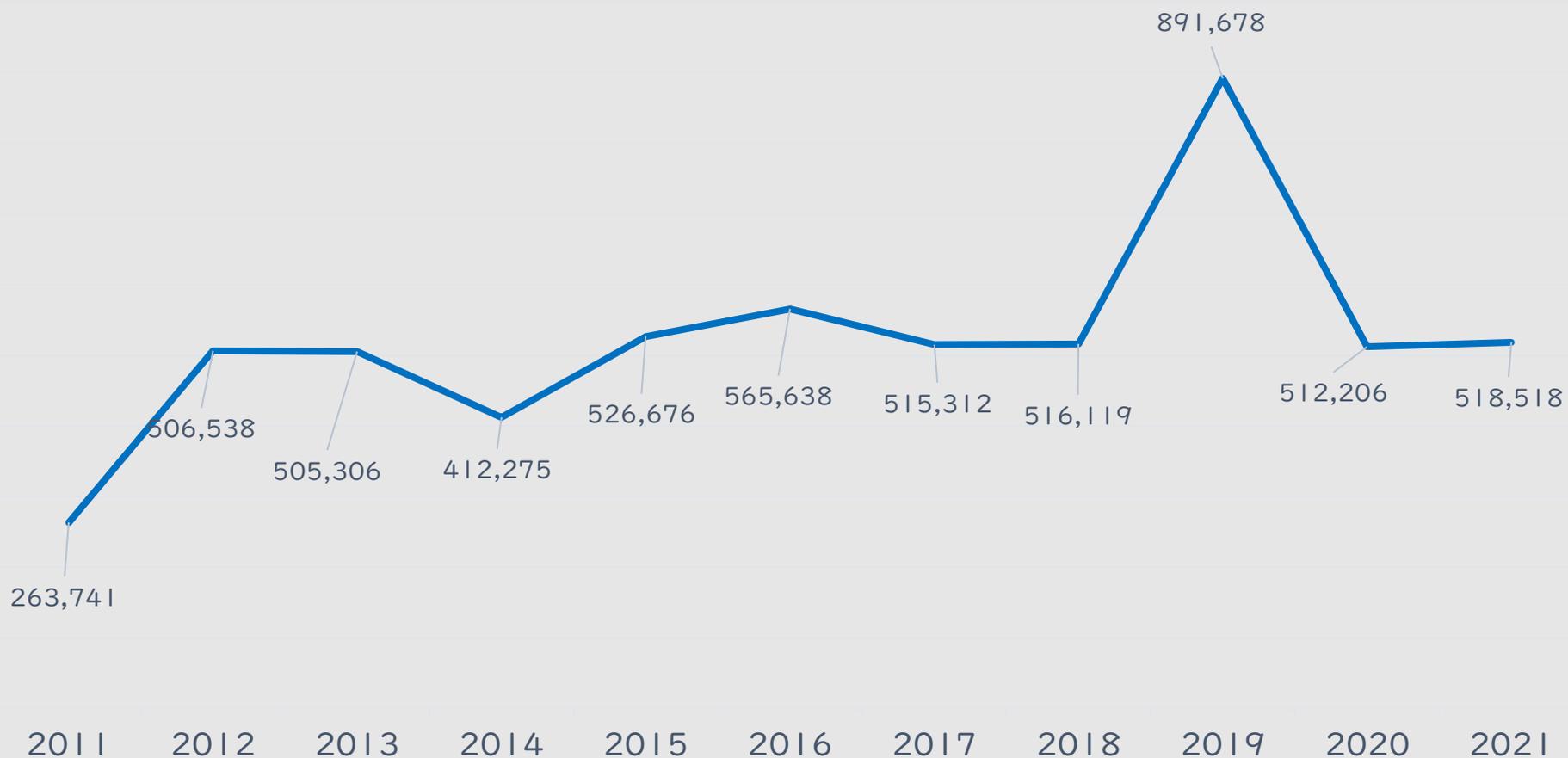
入込数と実宿泊者数

2011年～2021年



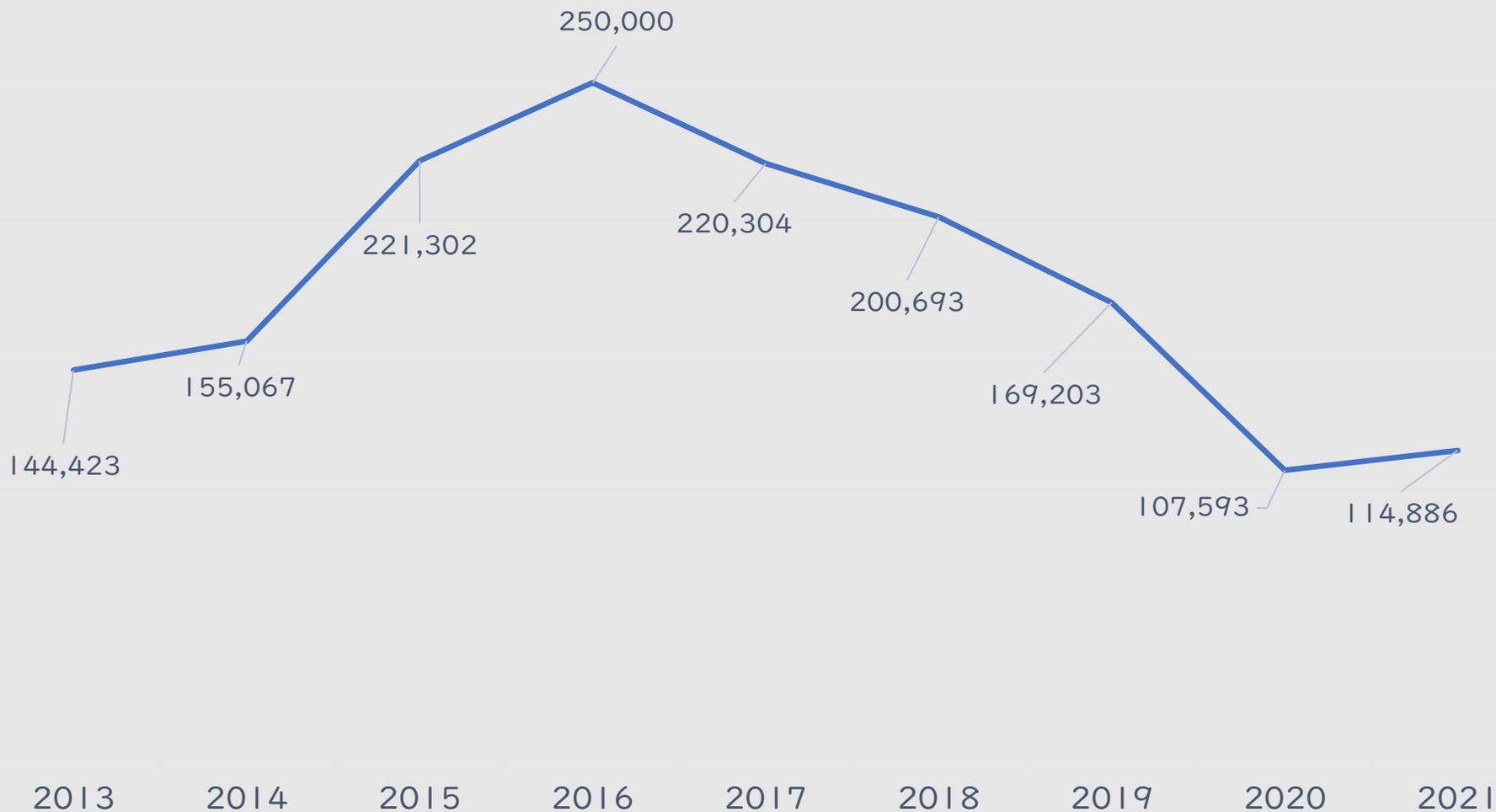
入込客数

RWCや施設オープンの影響が大きい



宿泊客数

震災後の復興要員の影響が大きい



※2021年度は1-3月を昨年度実績で見込んだもの

観光来訪者調査

2021年春期概略



調査概要

調査対象	市外からの訪問者
調査場所	<u>うのすまい・トモス</u> <u>魚河岸テラス</u> <u>根浜キャンプ場</u>
調査日	2019年4月27日～5月6日 (比較:2021年4月23日～7月18日)
回収票数	199サンプル [2019年] 186サンプル [2021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 2018年4～6月期確報

2021年度の状況



宿泊客
増加

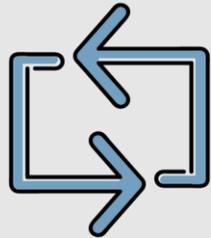
※前年度比約7,000人増
見込み



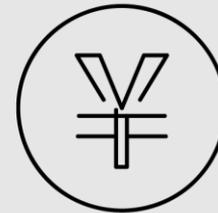
入込客
増加

※前年度比約6,000人増

2021年度の状況



リピーター
率
93%



消費額
25,490円

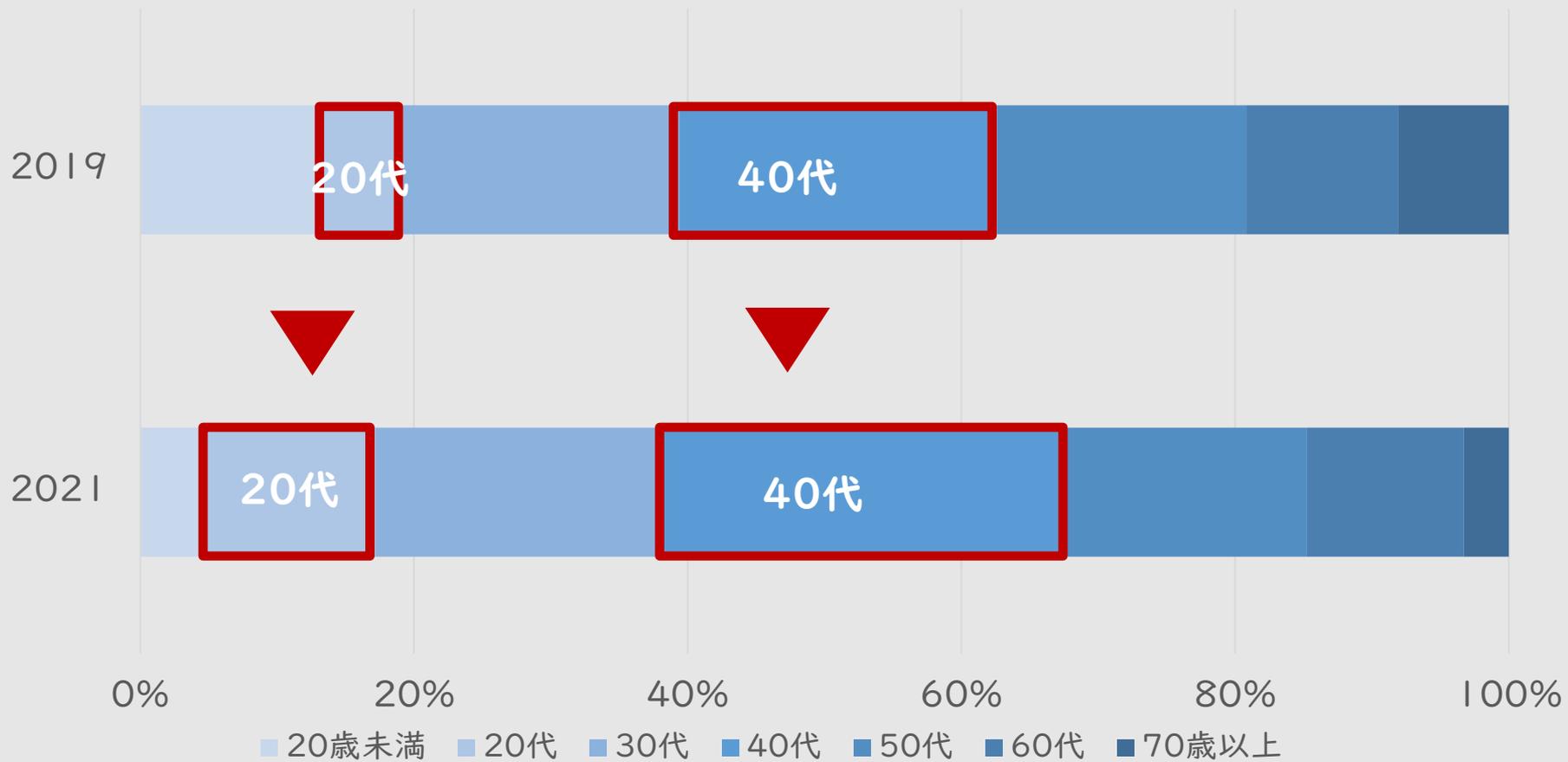
※一人あたり

2019年・2021年春期比較

属性



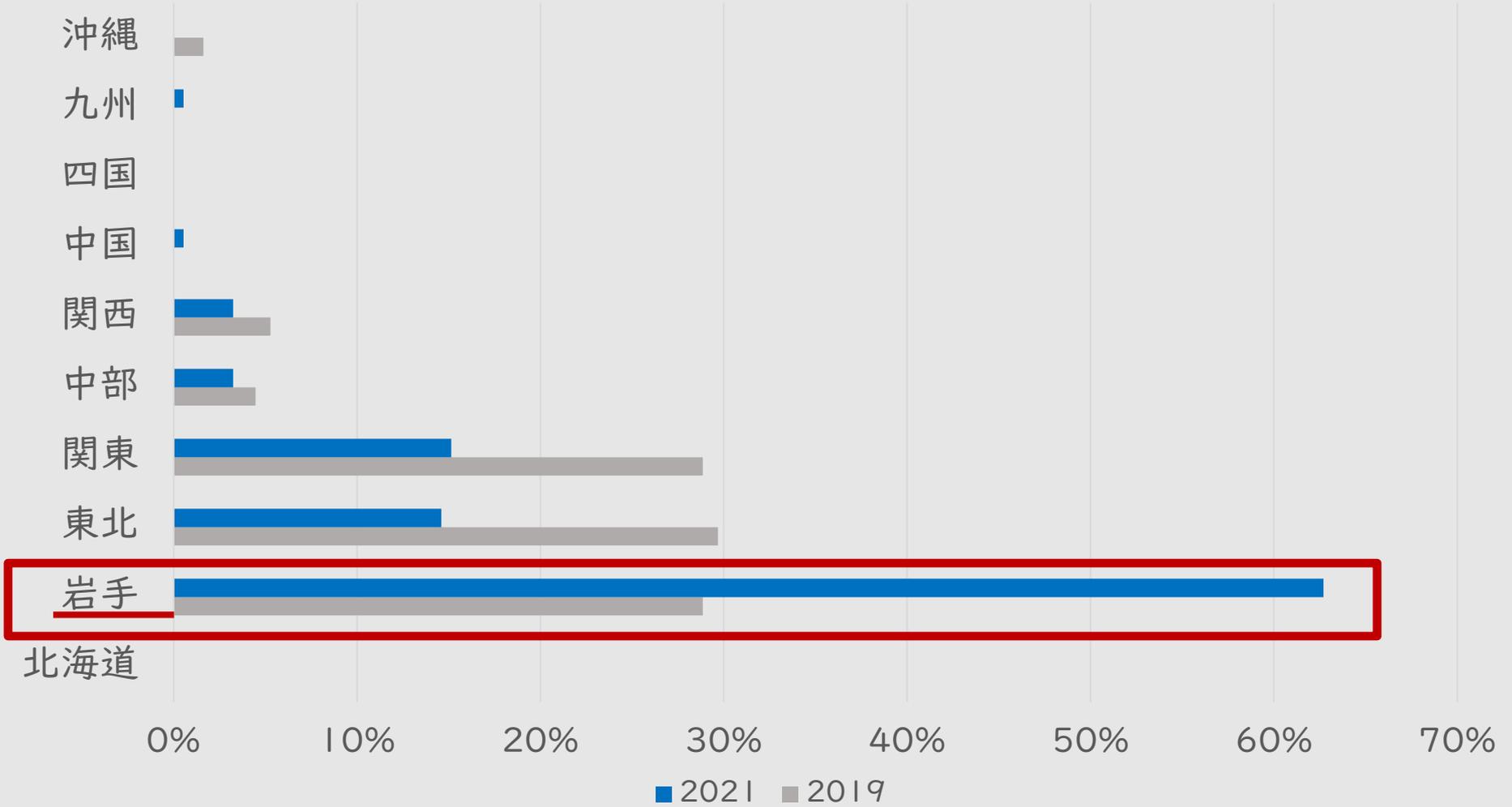
年代



20代の若者の割合が増加
6% → 12%



出発地

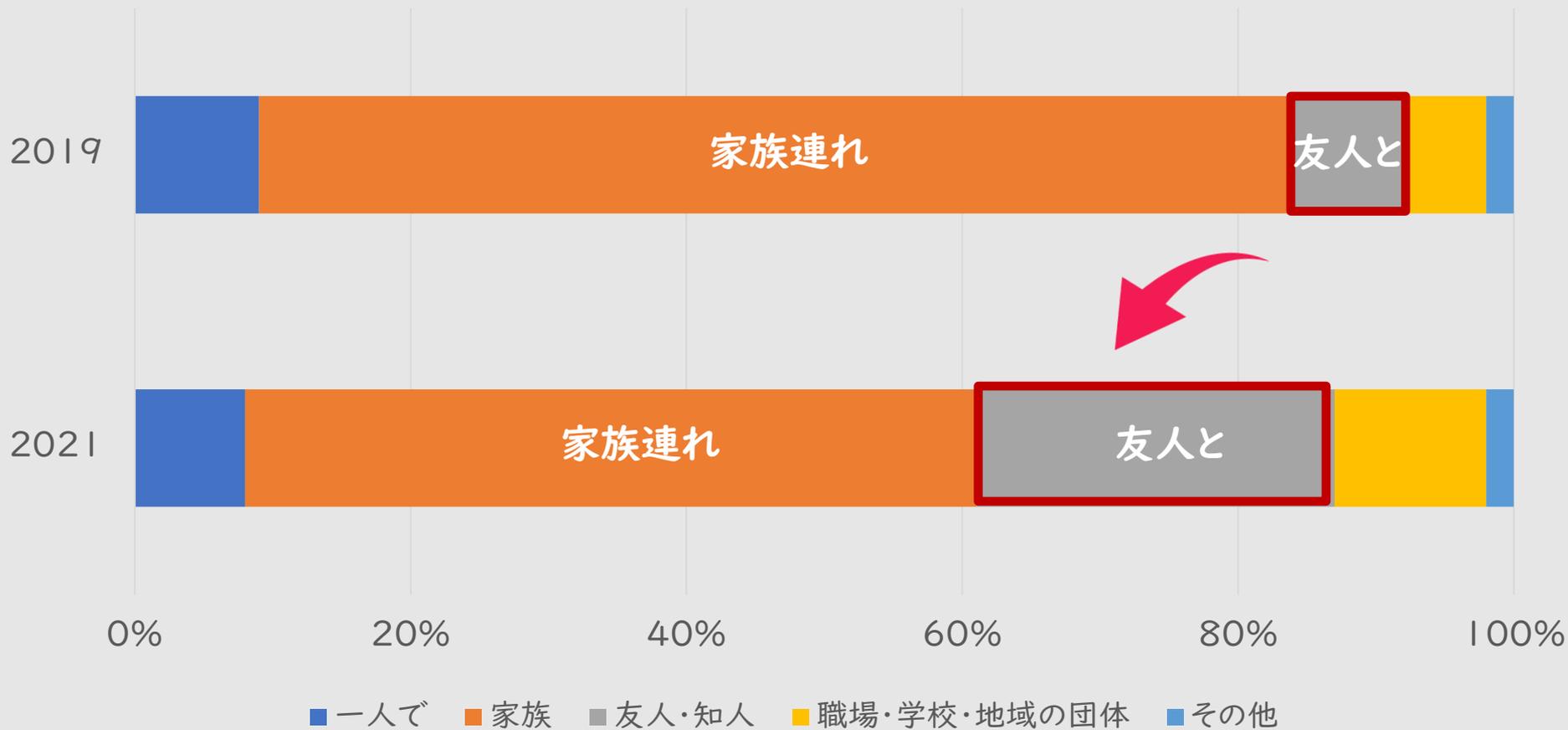


出発地

岩手県内からの観光客の割合が増加
29% → 63%



同伴者

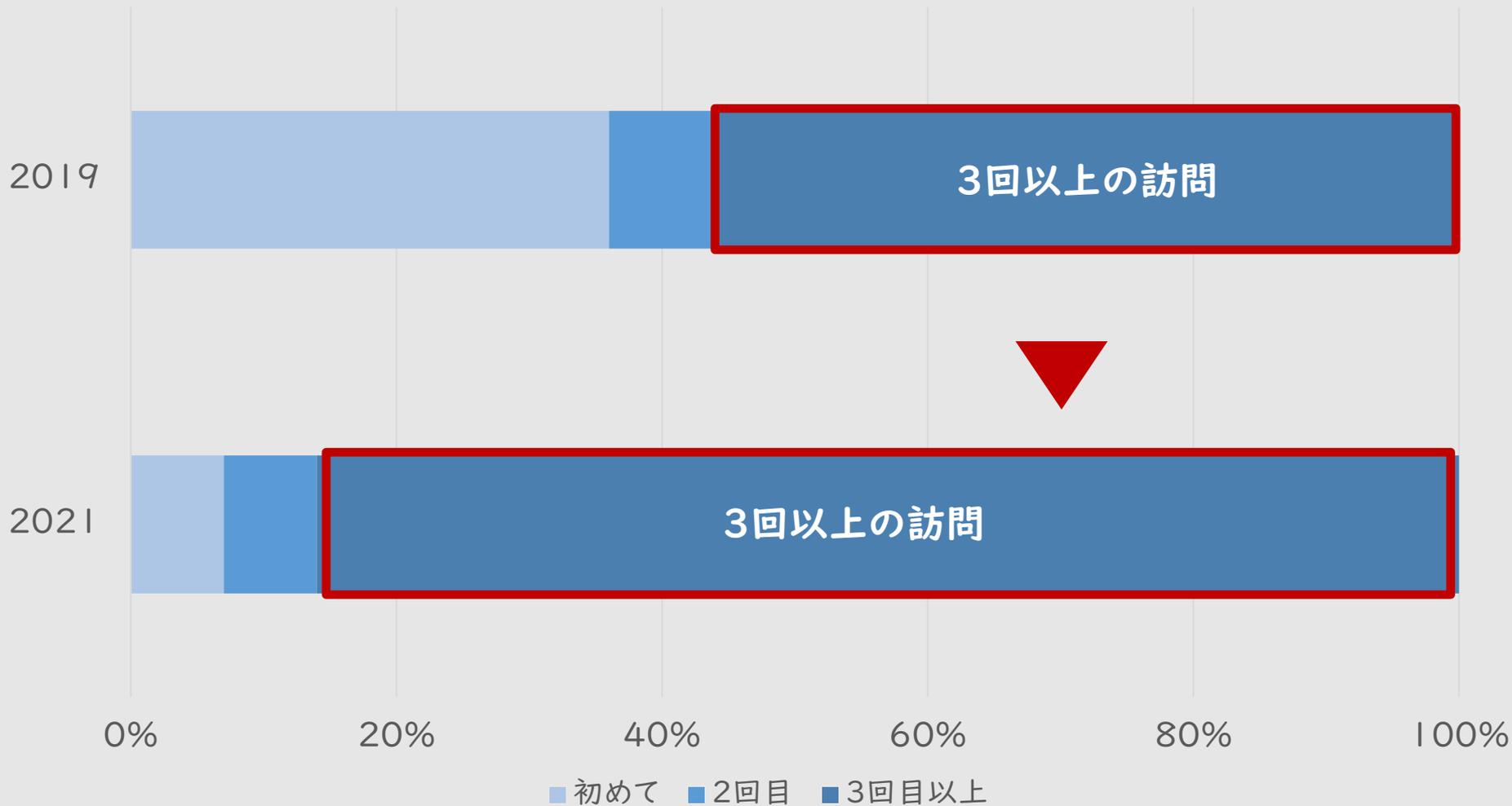


友人・知人との訪問の割合が増加

8% → 26%



訪問回数



訪問回数

3回以上の高リピーターの割合が増加
56% → **82%**

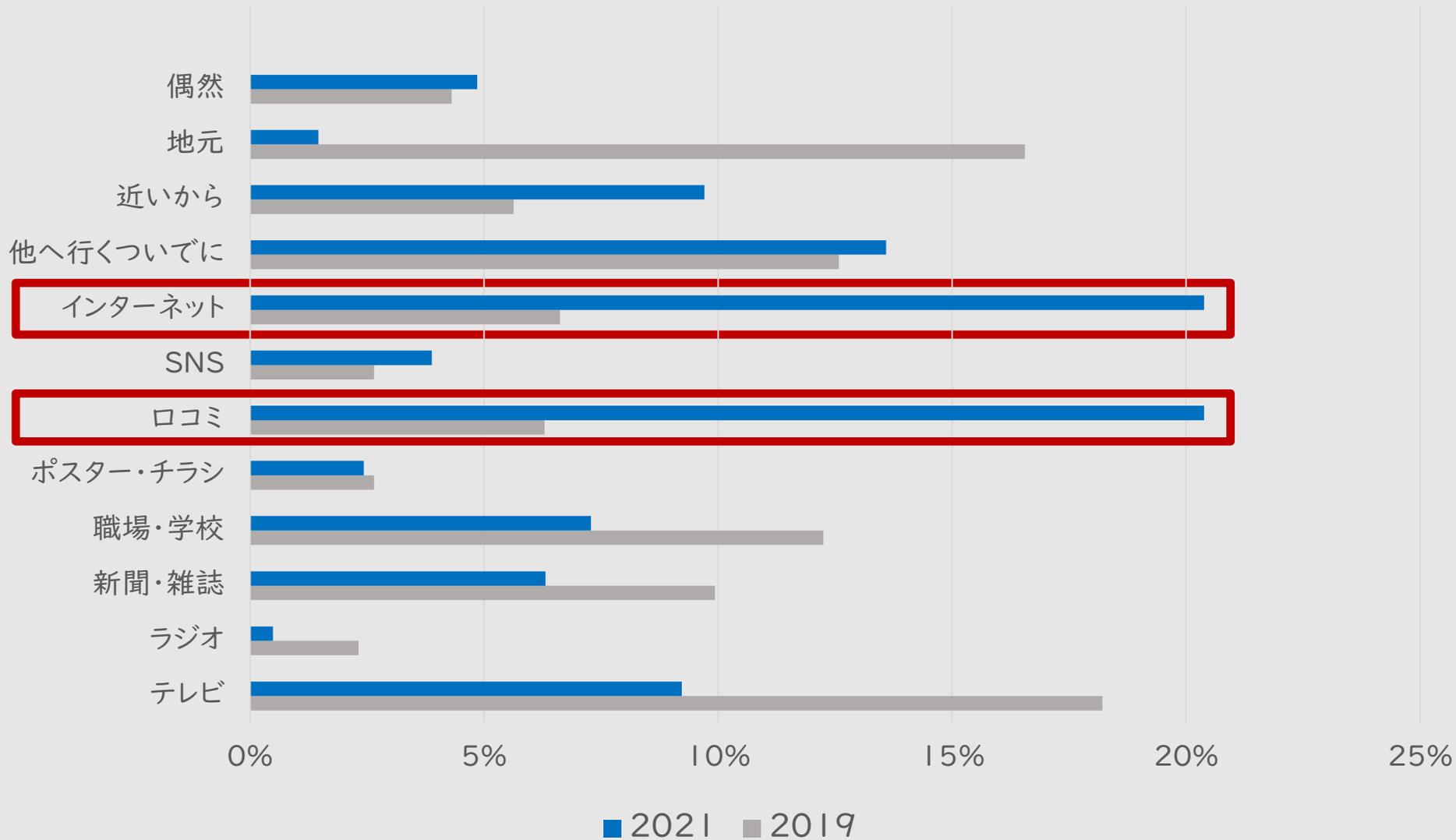


2019年・2021年春期比較

来訪者の目的

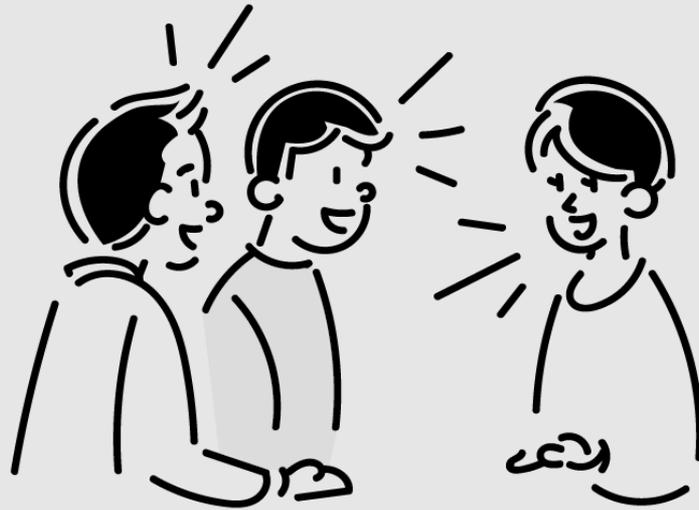


訪問きっかけ(選択肢 複数選択可)



訪問きっかけ(選択肢)

インターネットと口コミきっかけの
訪問の割合が増加



訪問のきっかけ(自由記述)

データ改変済

2019年

2021年

震災や復興に関する
単語が多い

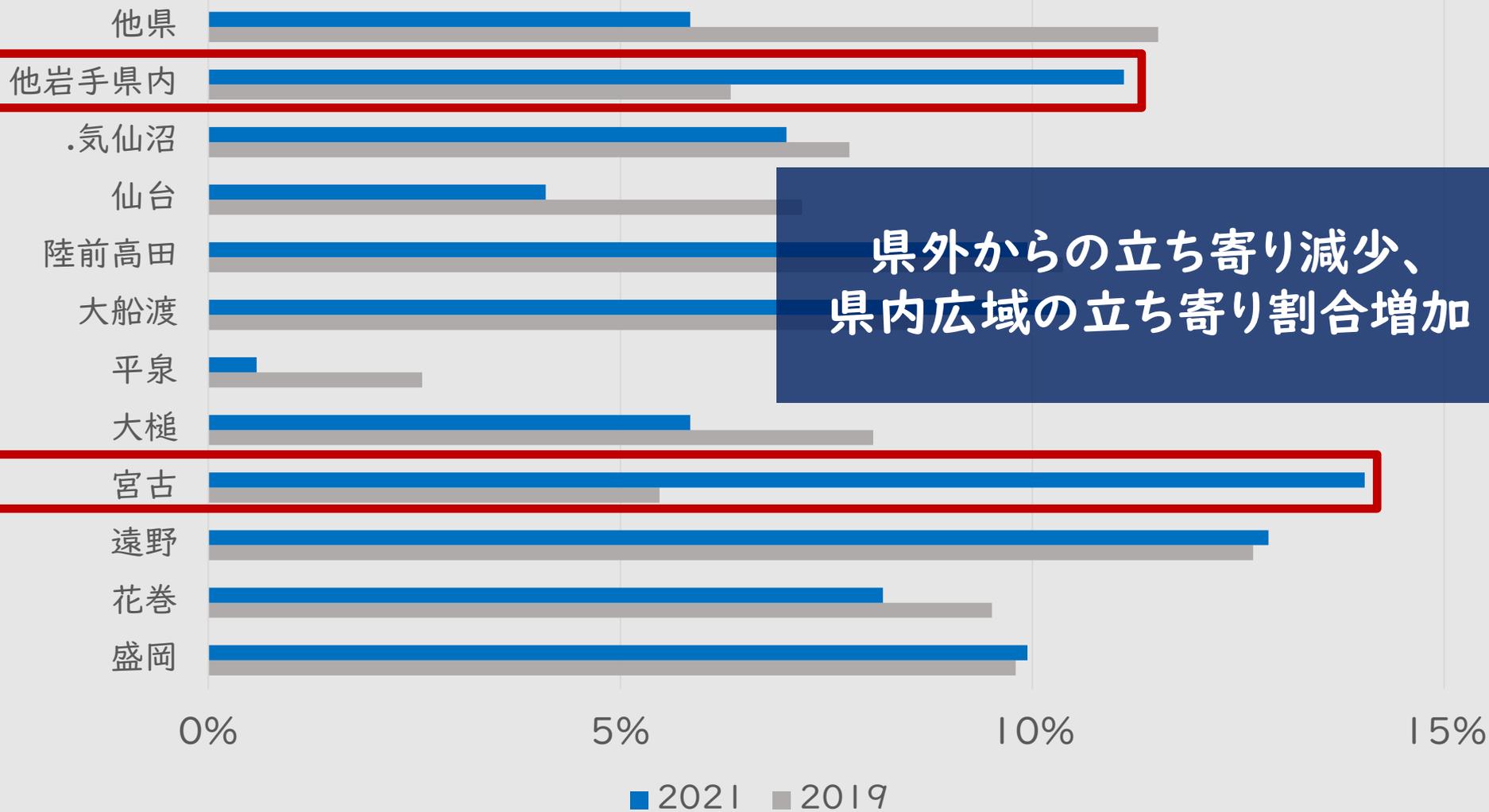
例) ボランティア、未来館、震災後

アウトドアに関する
単語が多い

例) キャンプ場、釣り

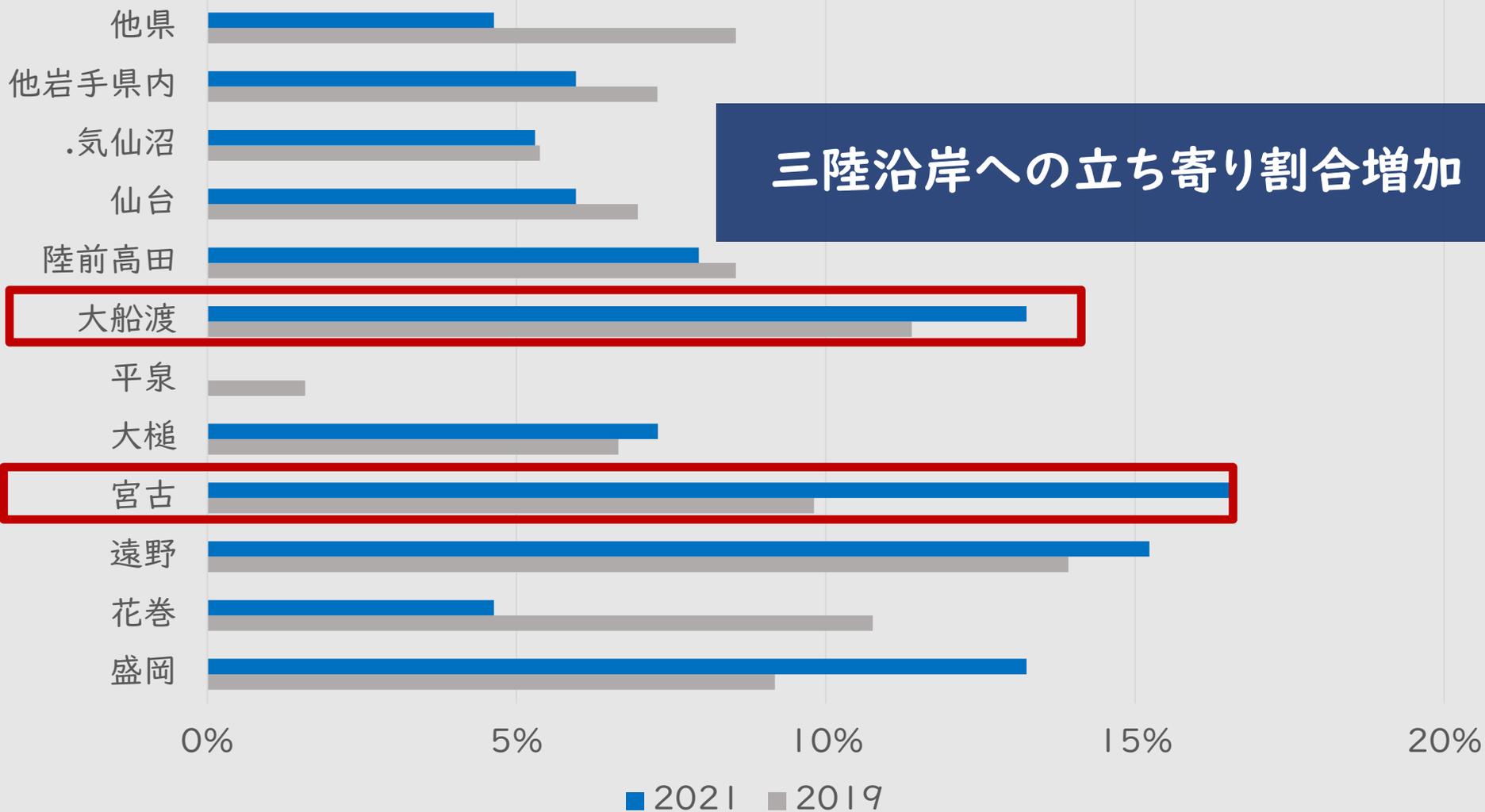
経由地

From



経由地

To

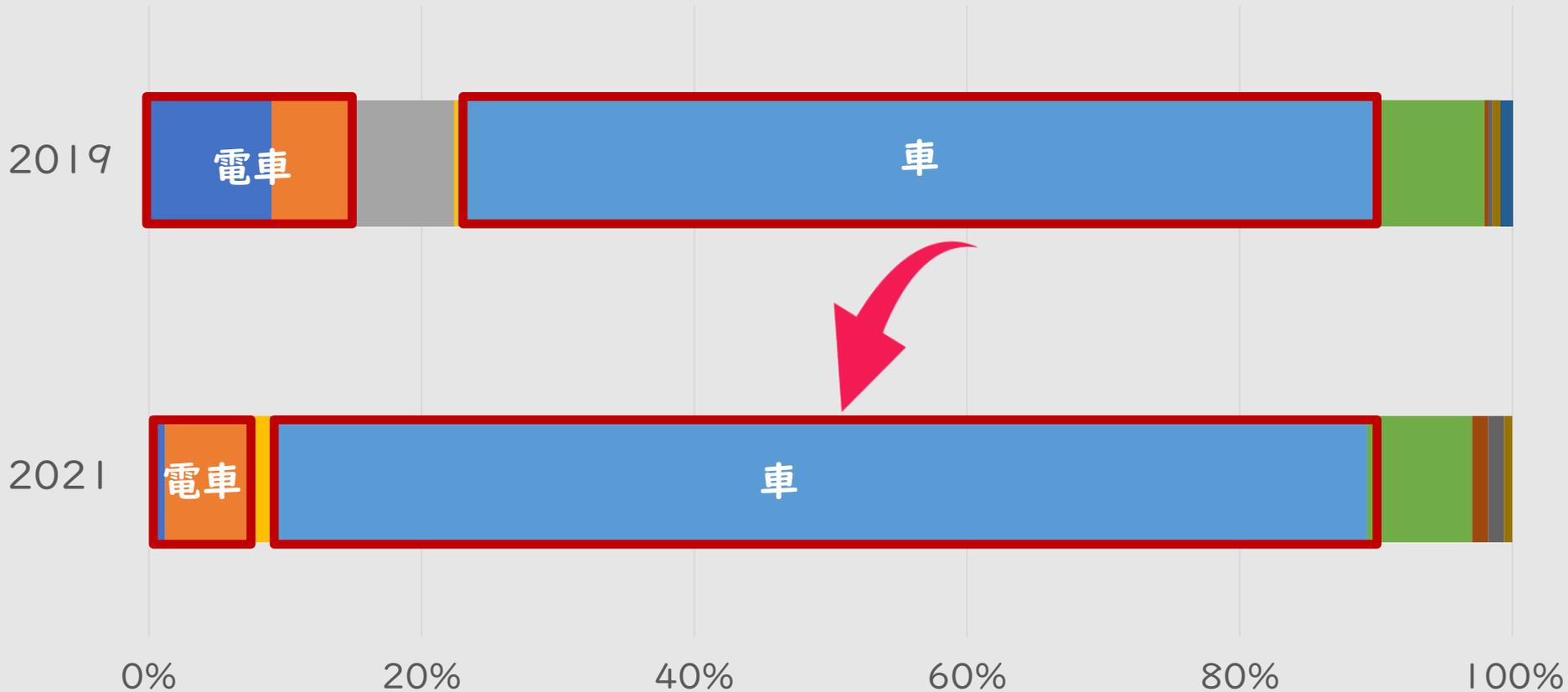


宿泊先

他の沿岸地域への橋渡し役にもなっている



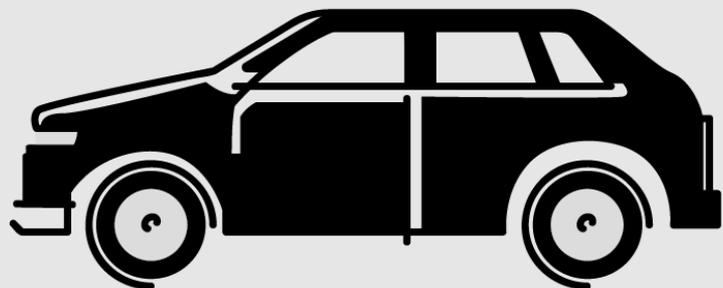
交通手段(釜石まで)



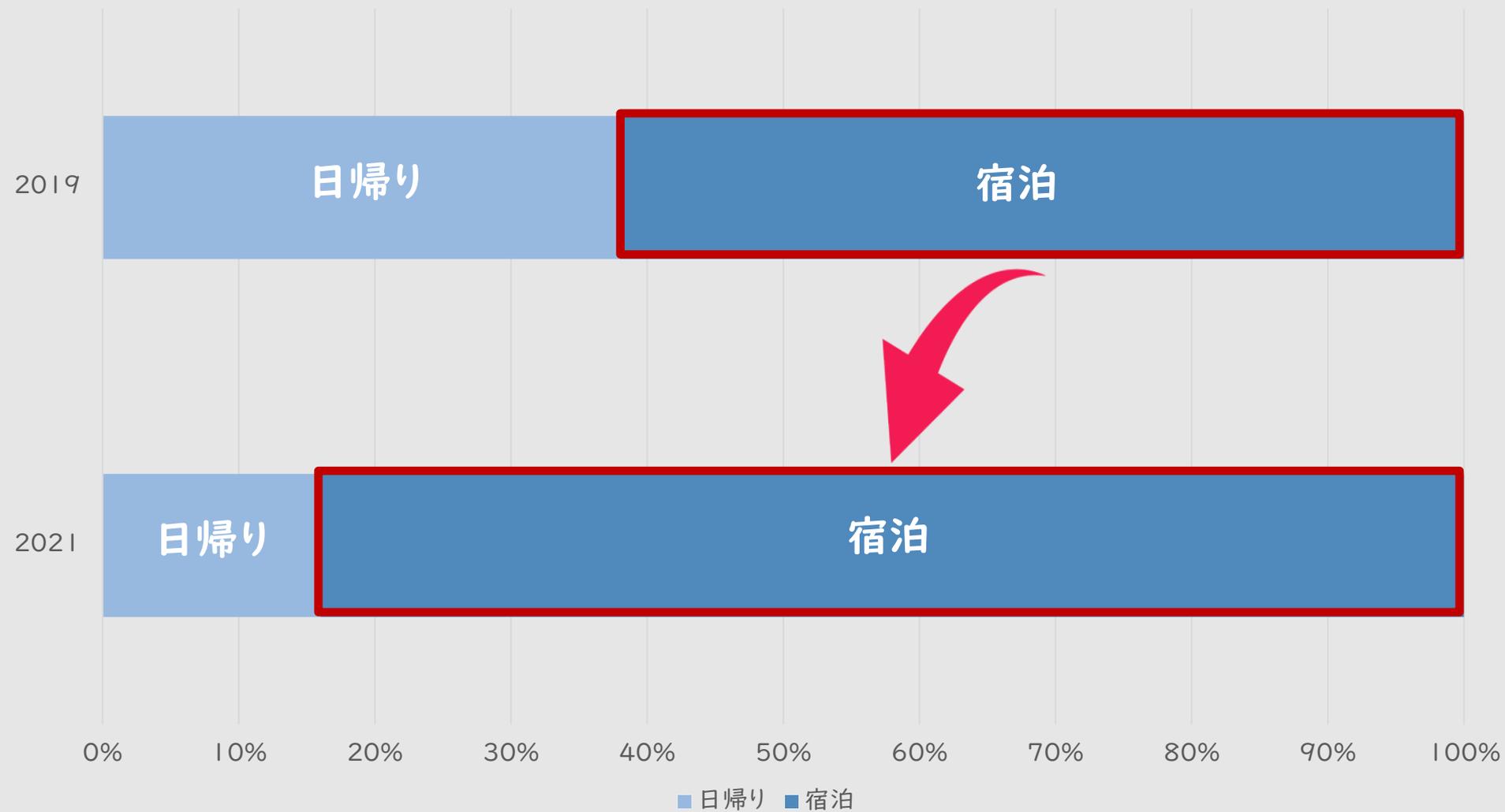
- JR釜石線
- 三陸鉄道
- 観光バス
- 路線バス
- 車
- レンタカー
- タクシー
- バイク
- 自転車
- 徒歩
- その他

交通手段

自家用車の利用者割合の増加
車での移動: 68% → **80%**



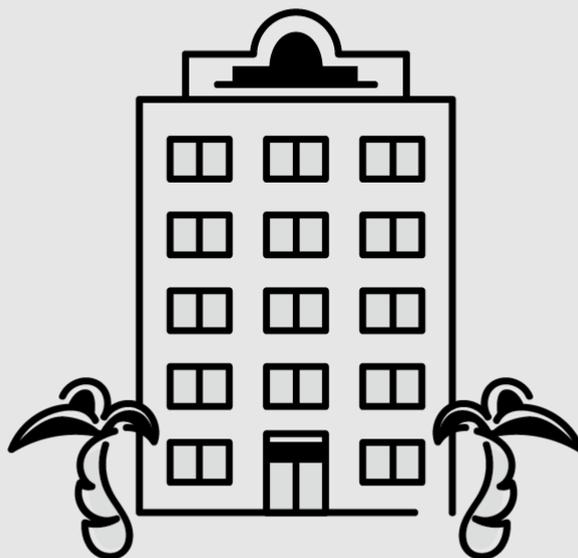
宿泊率



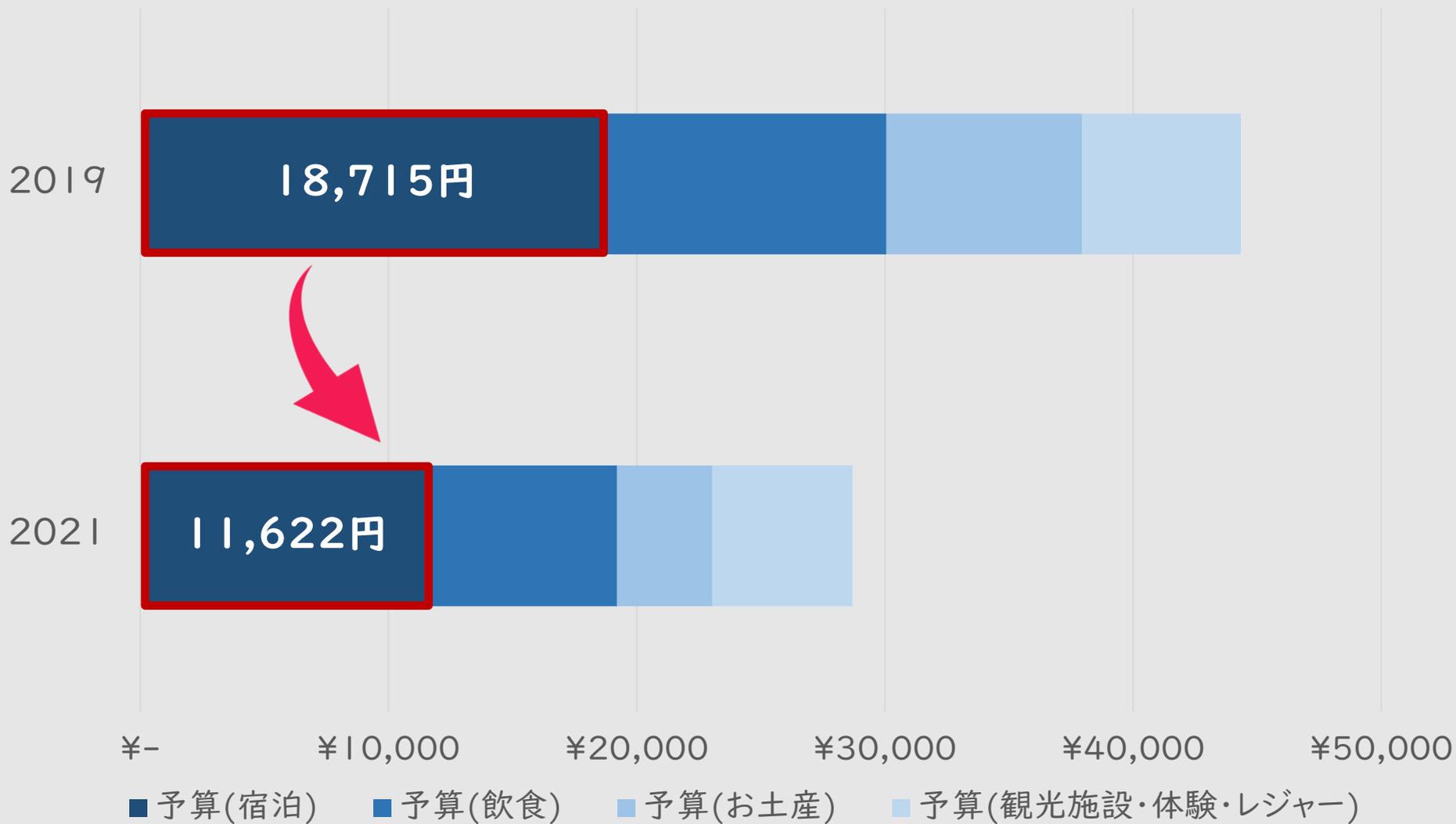
宿泊率

宿泊者の割合の増加

62% → 83%



予算

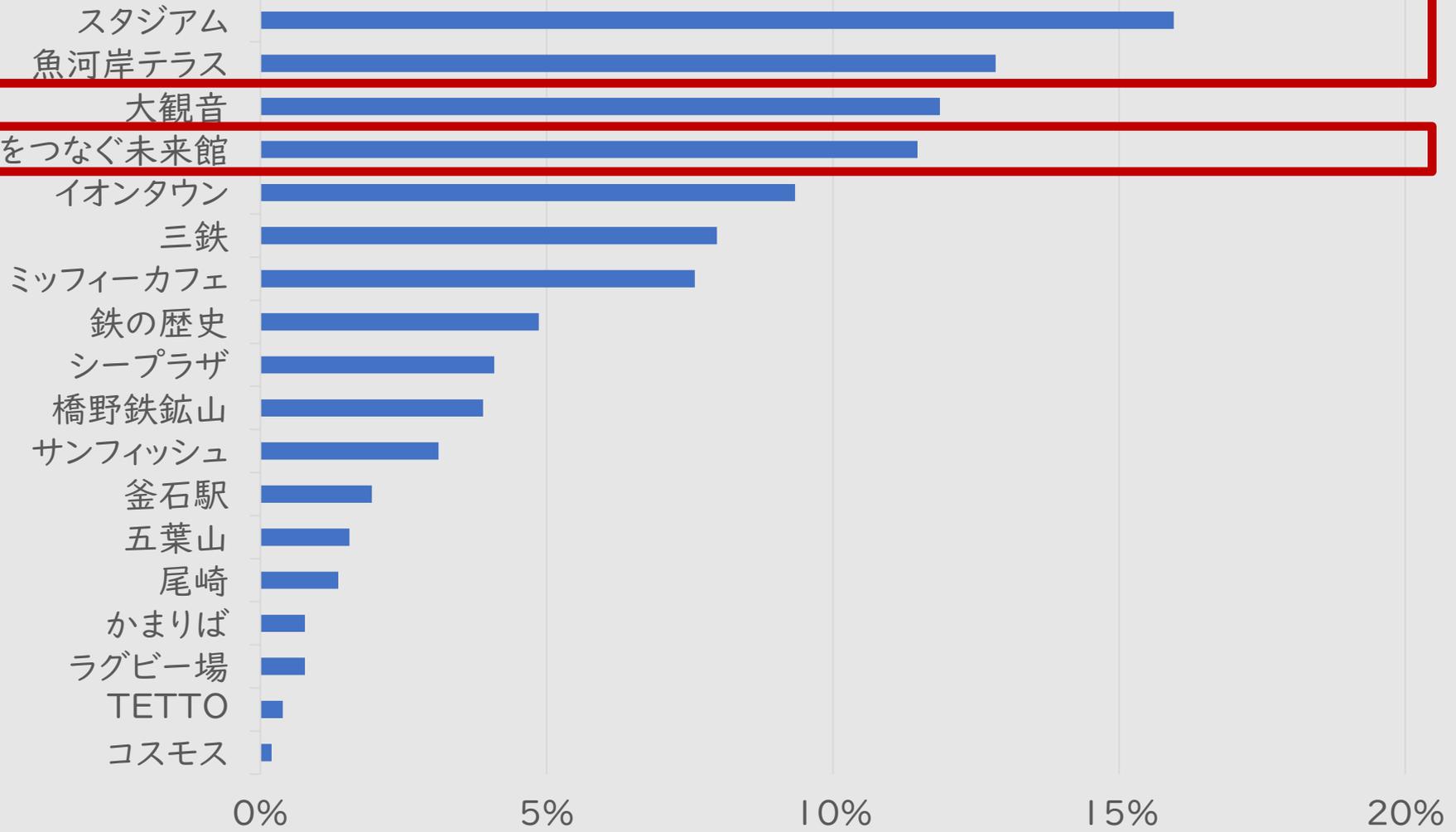


消費額

宿泊予算平均は
約7,000円減少

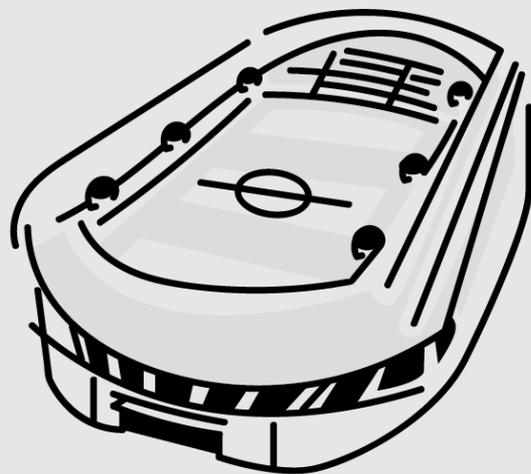


目当て(施設など)

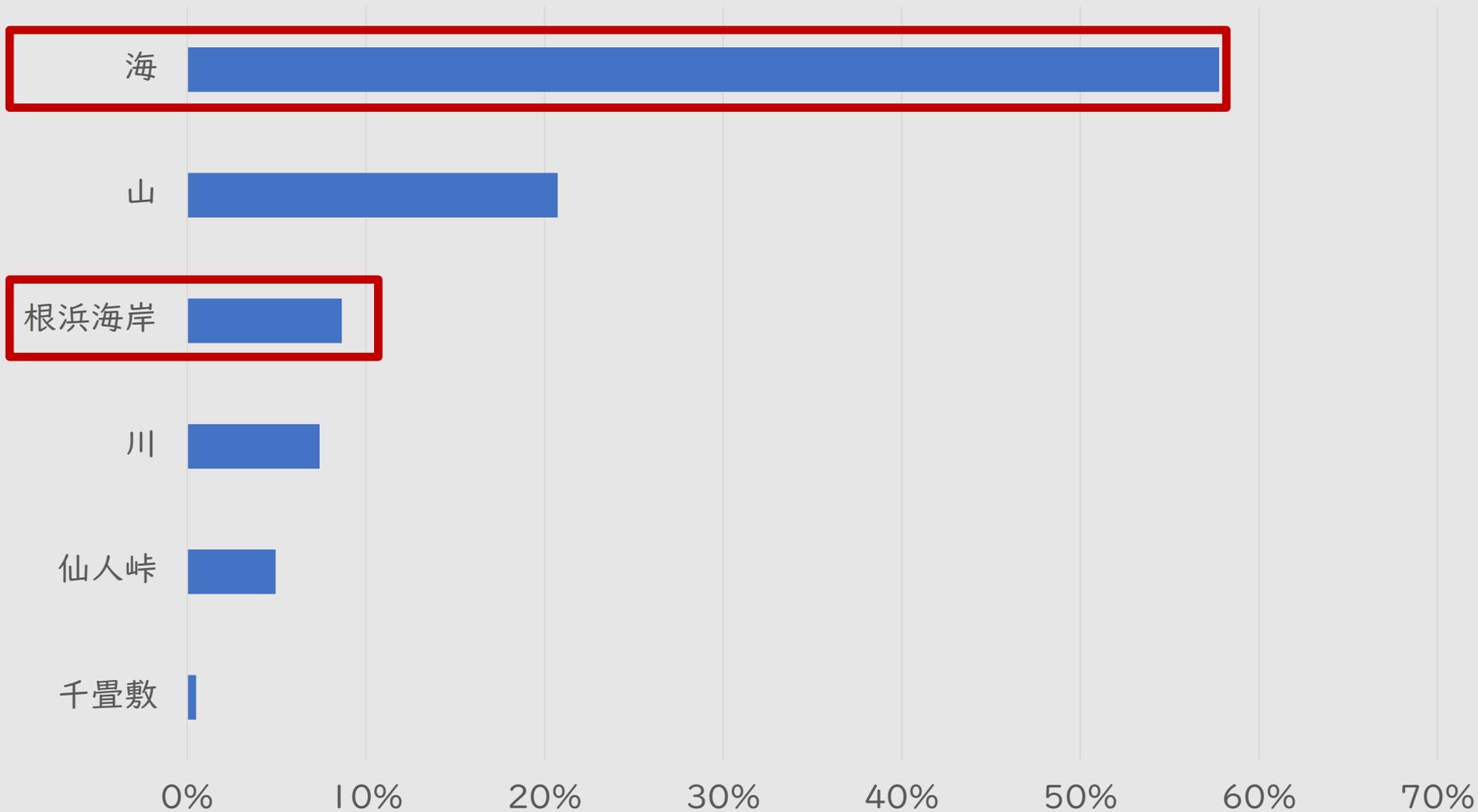


目当て(施設など)

2019年度に引き続き
新設施設がお目当ての割合多い

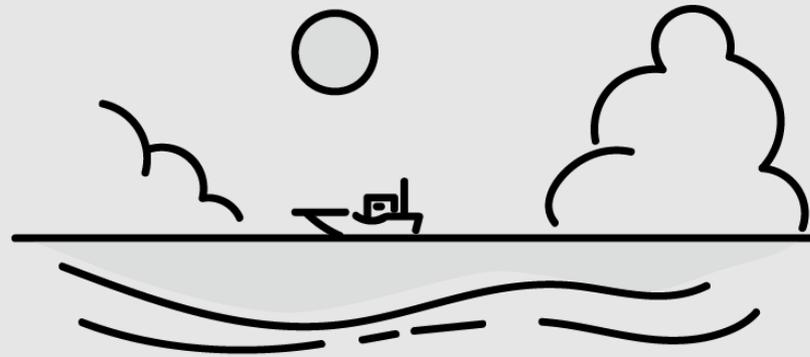


目当て(自然、景観)

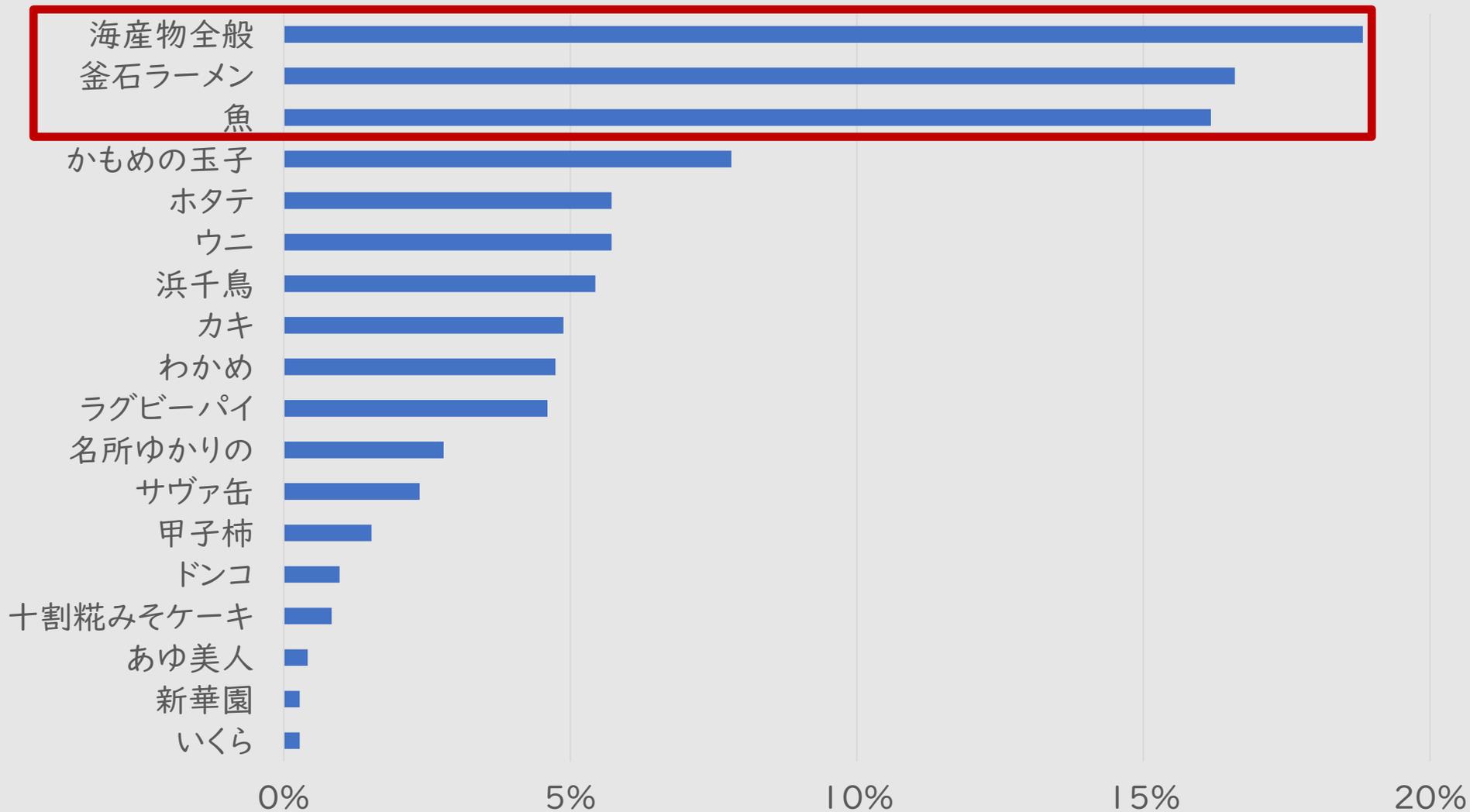


目当て(自然、景観)

海を求める人が多い



目当て(自然、景観)



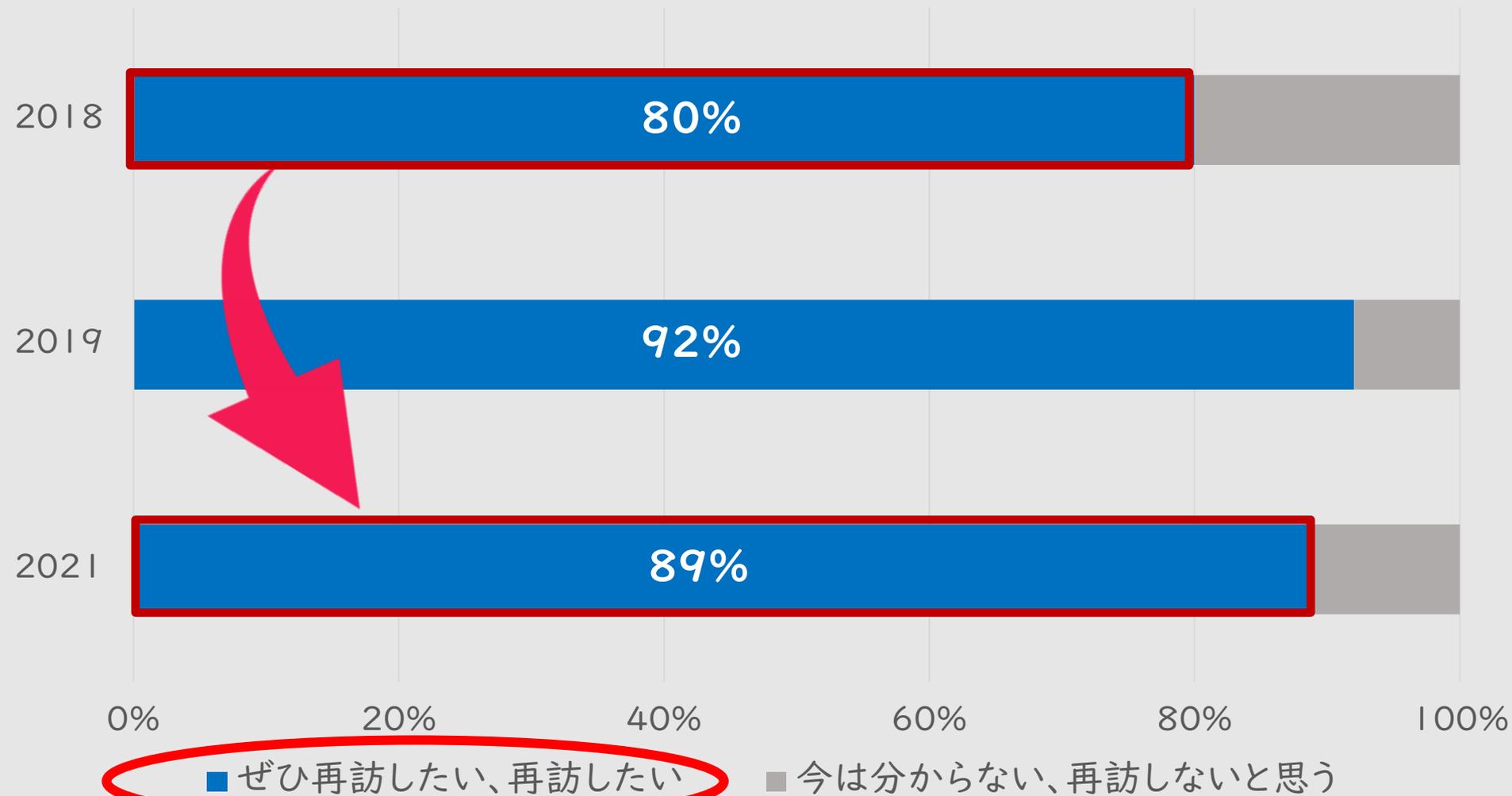
目当て(食べ物)

海産物とラーメンが人気

ラーメン:沿岸部における差別化に成功



再訪希望



再訪希望

初年度と比較して、
「再訪したい」人の割合が増加
80% → 92% → 89%



2019年・2021年春期比較

まとめ



属性

- 20歳以下の若者の割合増加
- 岩手県内からの来訪の割合の増加
- 友人・知人の同伴の増加



新型コロナウイルス感染症の拡大により、
岩手県内在住の若者らが、地元観光の目的で来訪した。

目的

- インターネットやロコミきっかけ
- アウトドア目的
- 自家用車での来訪
- 海を見に来る



アウトドアやキャンプ目的の訪問の増加。
自家用車で、すこし足を延ばしてリフレッシュ