



釜石市観光来訪調査 秋

2022年2月28日
株式会社かまいしDMC

入込数と実宿泊者数

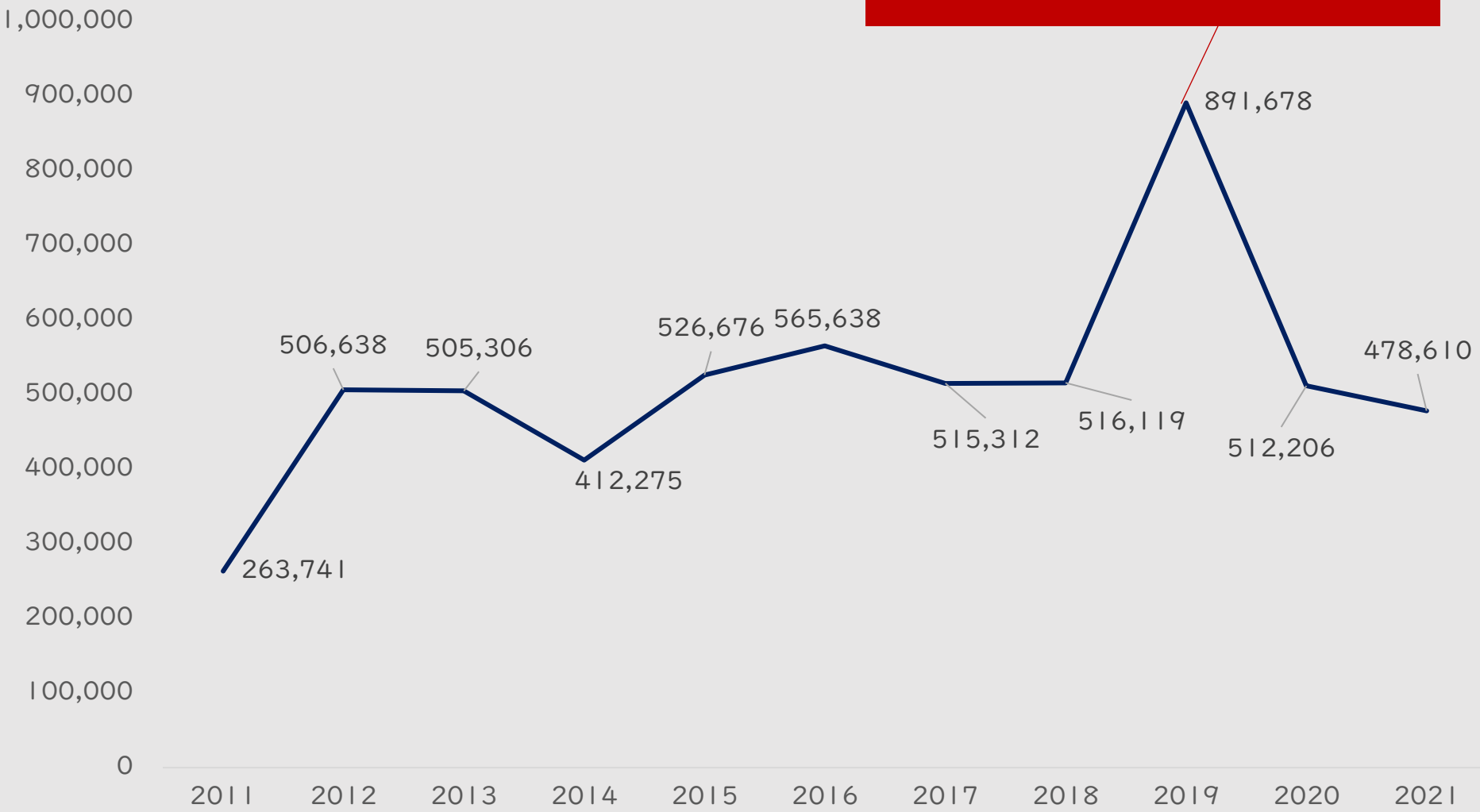
2011年～2021年



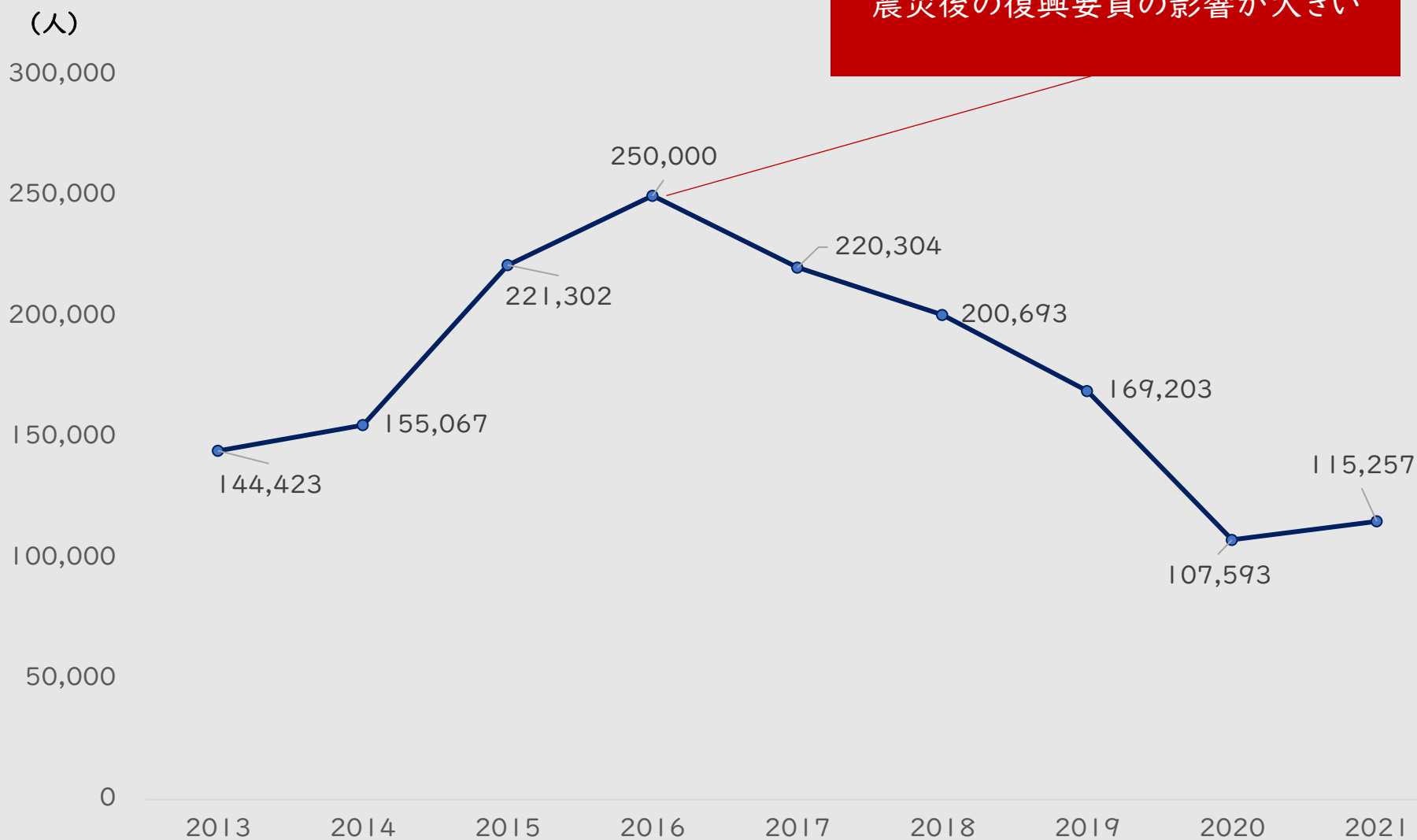
入込客数

(人)

RWCや施設オープンの影響が大きい



宿泊客数



観光来訪者調査

2021年秋期概略



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	2021年11月6日～1月22日 (比較:2019年11月12日～12月26日)
回収票数	111サンプル [2021年] (比較:104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

2021年度の状況



宿泊者数
115,257
人
(見込値)

入込客
478,610
人
(見込値)

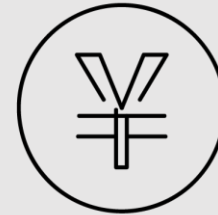
※2020年度比
約7,000人増見込み

※2020年度比
約3,000人減見込み

2021年度の状況



リピーター
率
93%



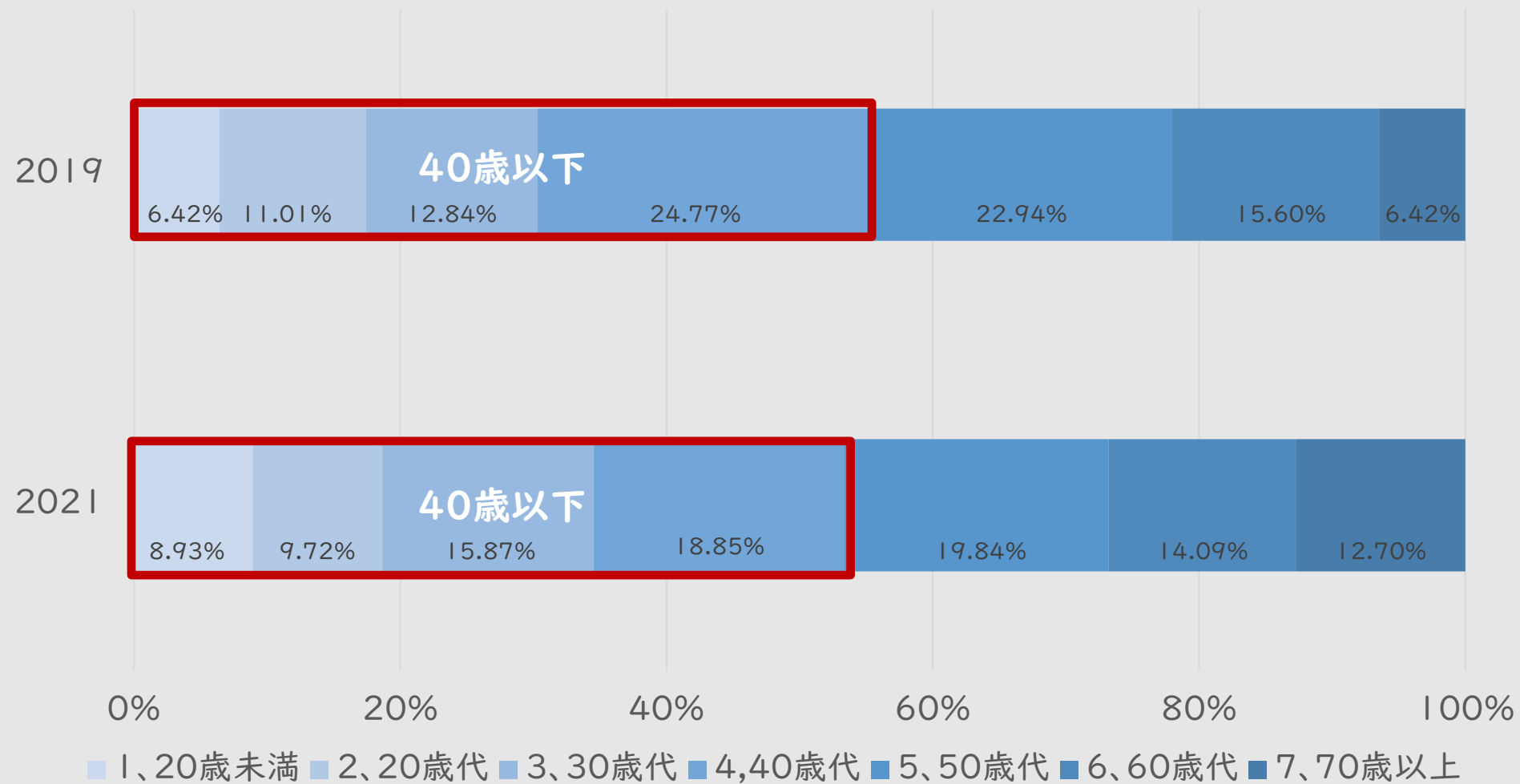
一人当たり
消費額
32,033円

2019年・2021年秋期比較

属性



年代

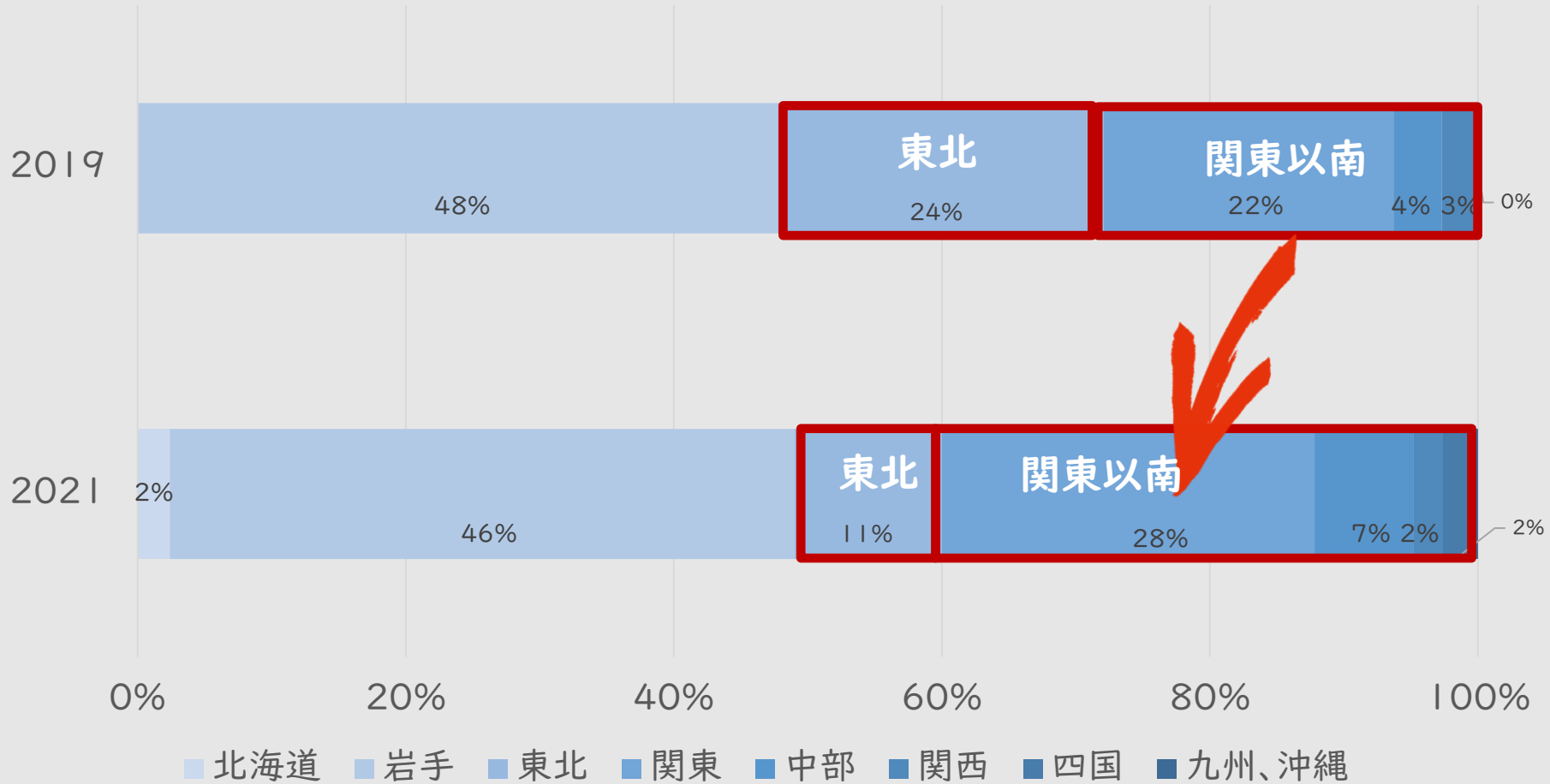


年代・性別

年代別の割合に大きな変化なし。
40歳以下の割合が50%超え



出発地

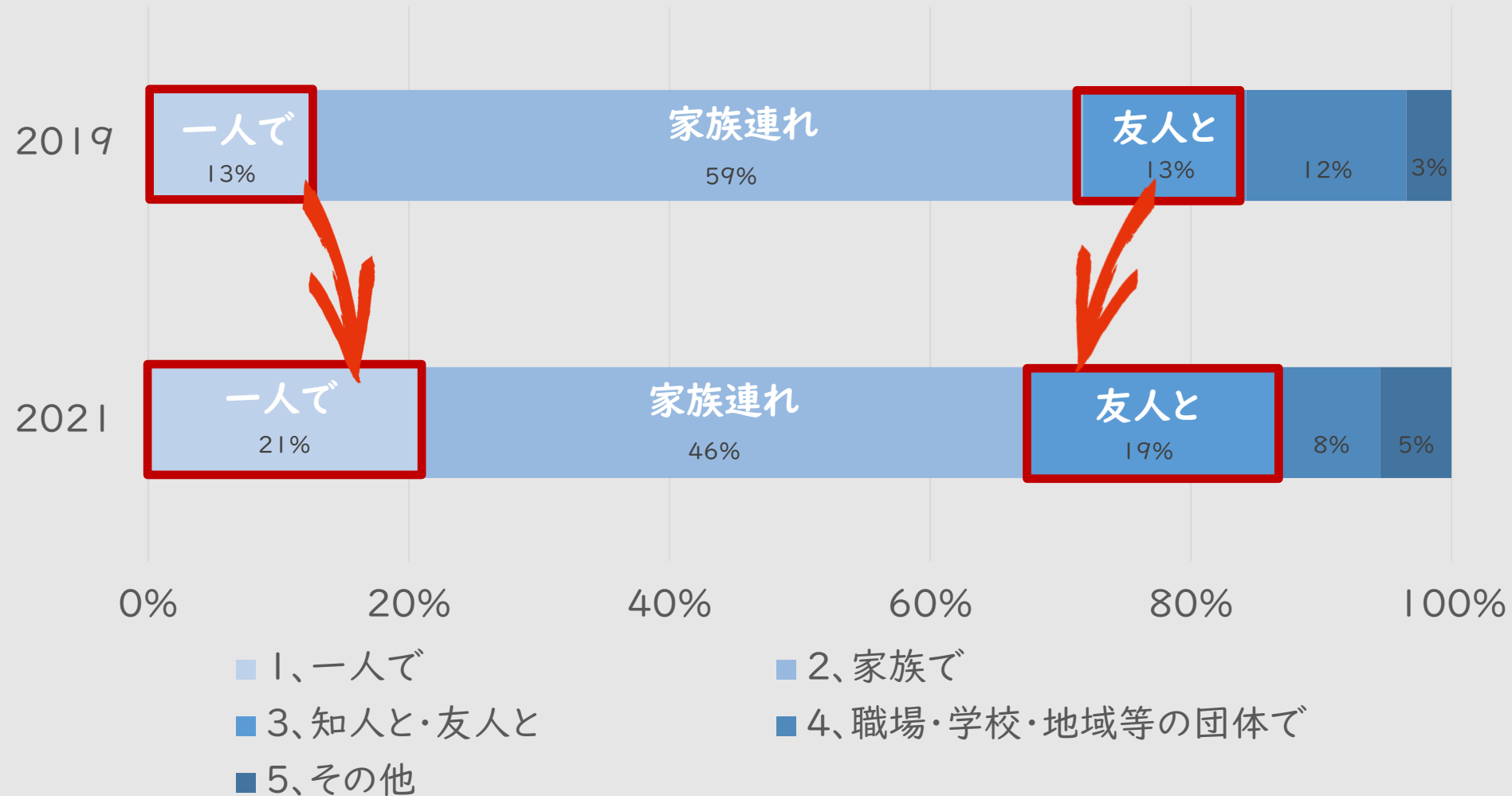


出発地

東北圏内からの割合が減少し、
関東以南からの訪問増加
28% → 40%



同伴者

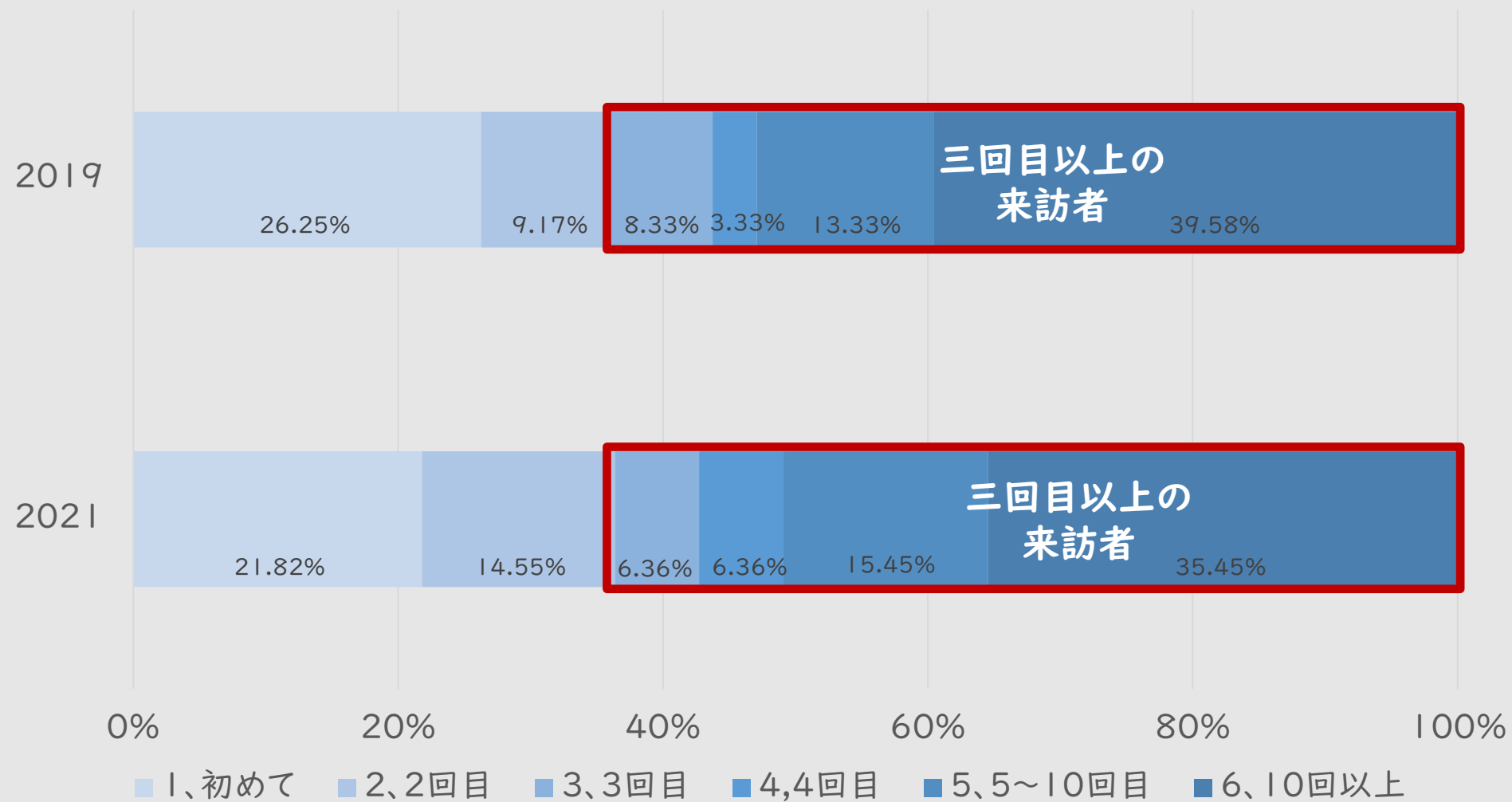


同伴者

家族での訪問は減少し、
一人で・知人友人との来訪増
26% → 40%



訪問回数



訪問回数

大きな変化はなし

3回以上のリピーターの割合が60%超え

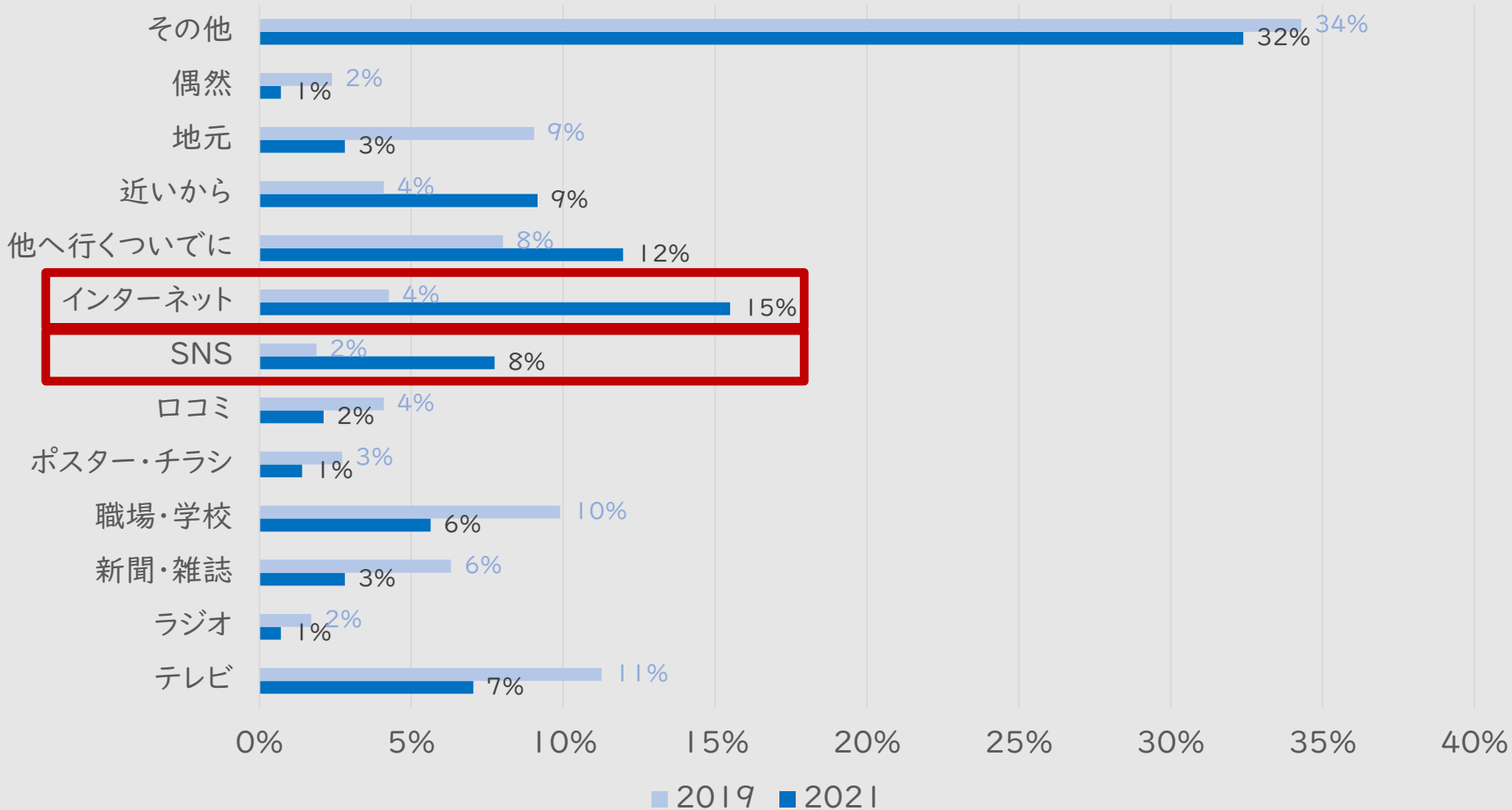


2019年・2021年秋期比較

来訪者の目的

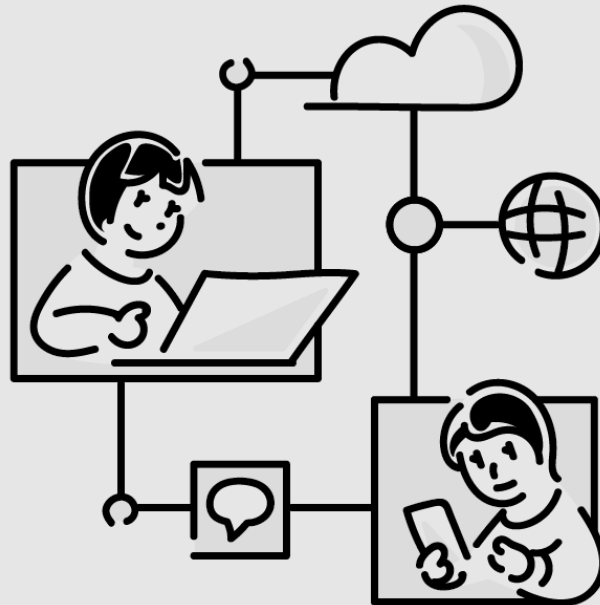


訪問きっかけ(選択肢 複数選択可)



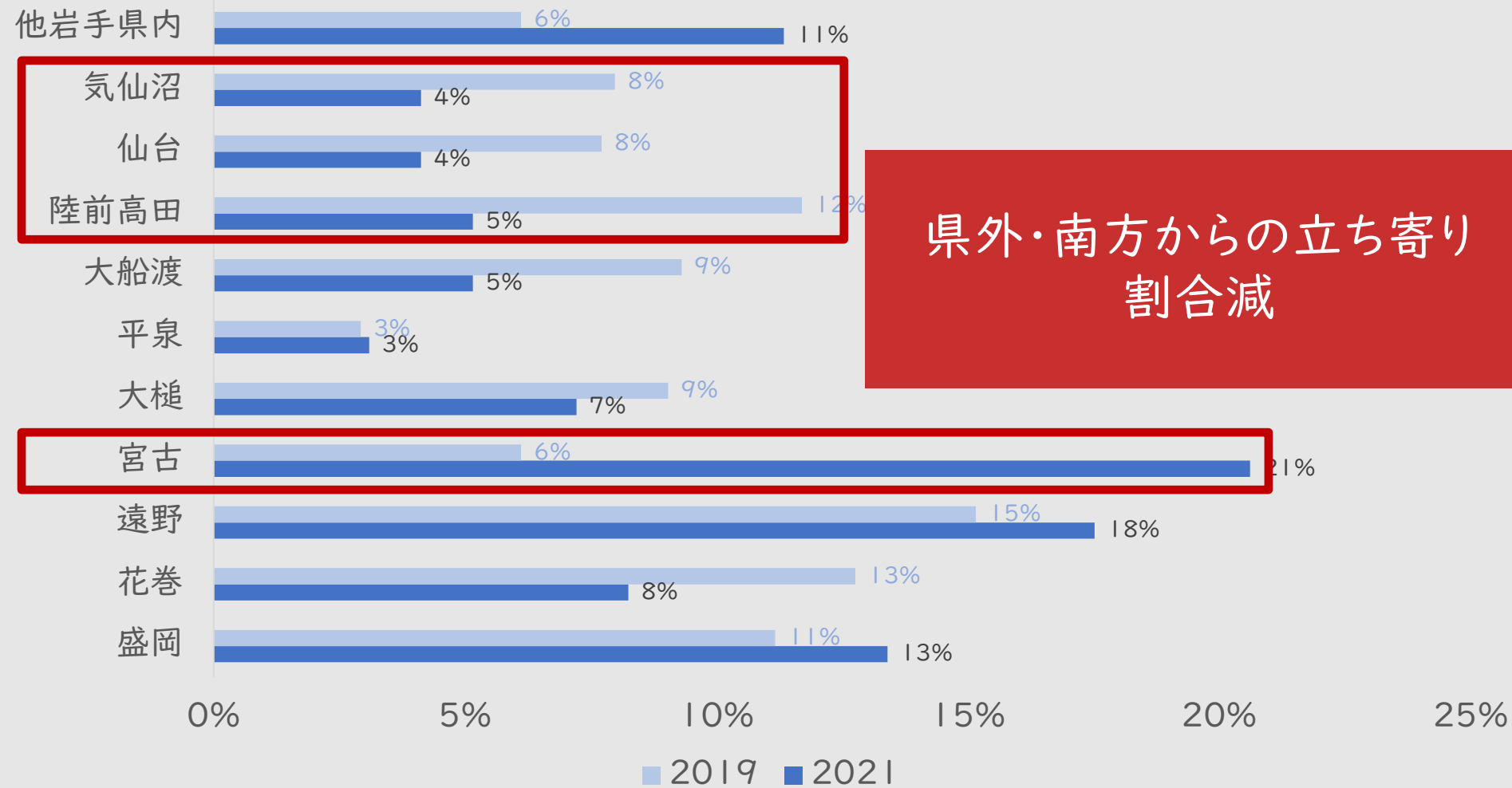
訪問きっかけ(選択肢)

インターネットやSNSきっかけの訪問の割合が増加



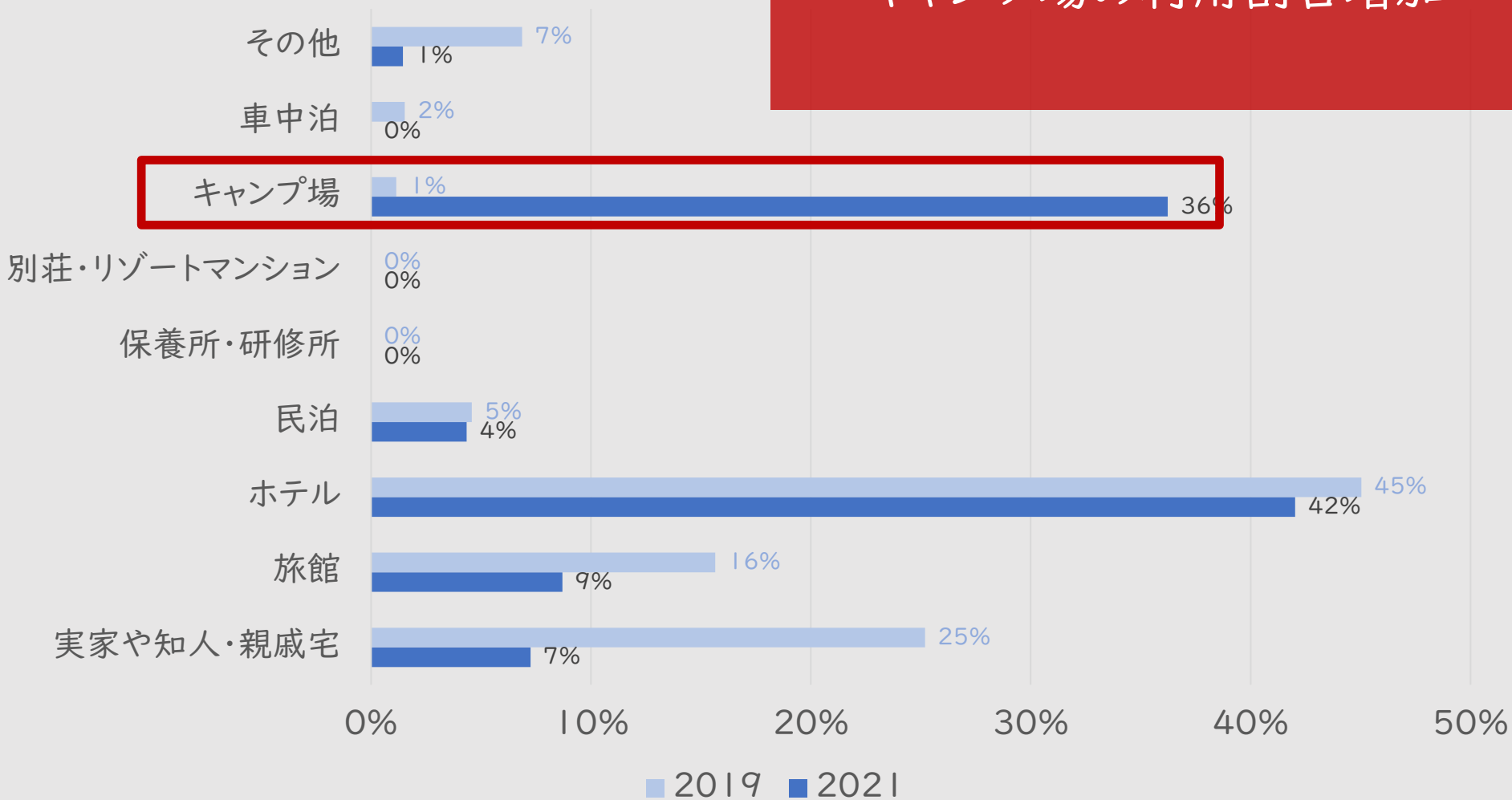
経由地

From

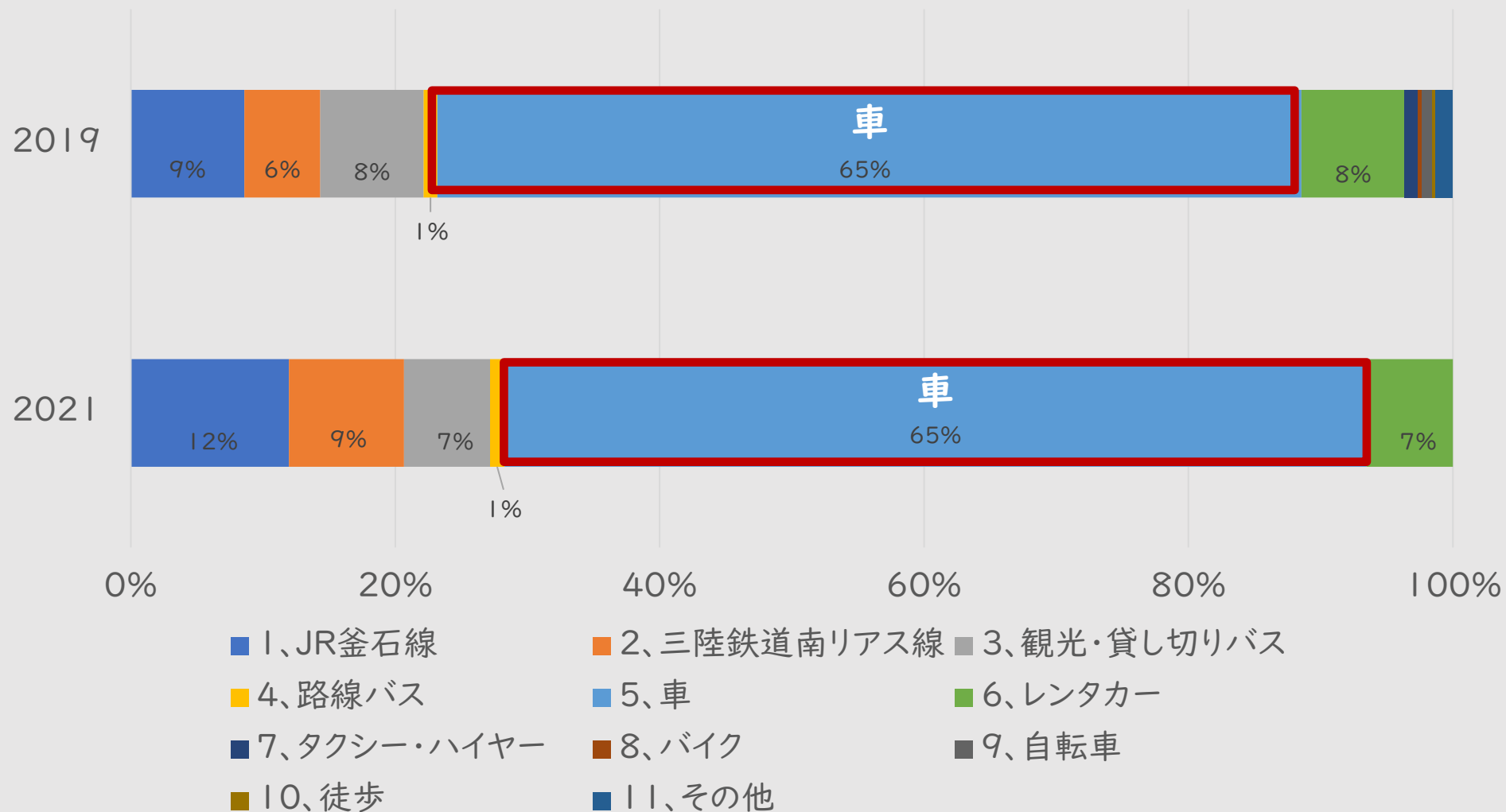


宿泊先

キャンプ場の利用割合増加

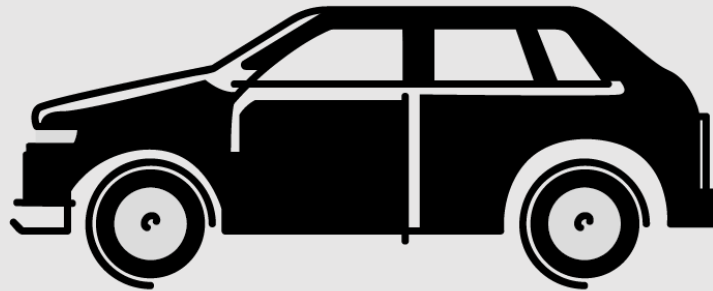


交通手段(釜石まで)

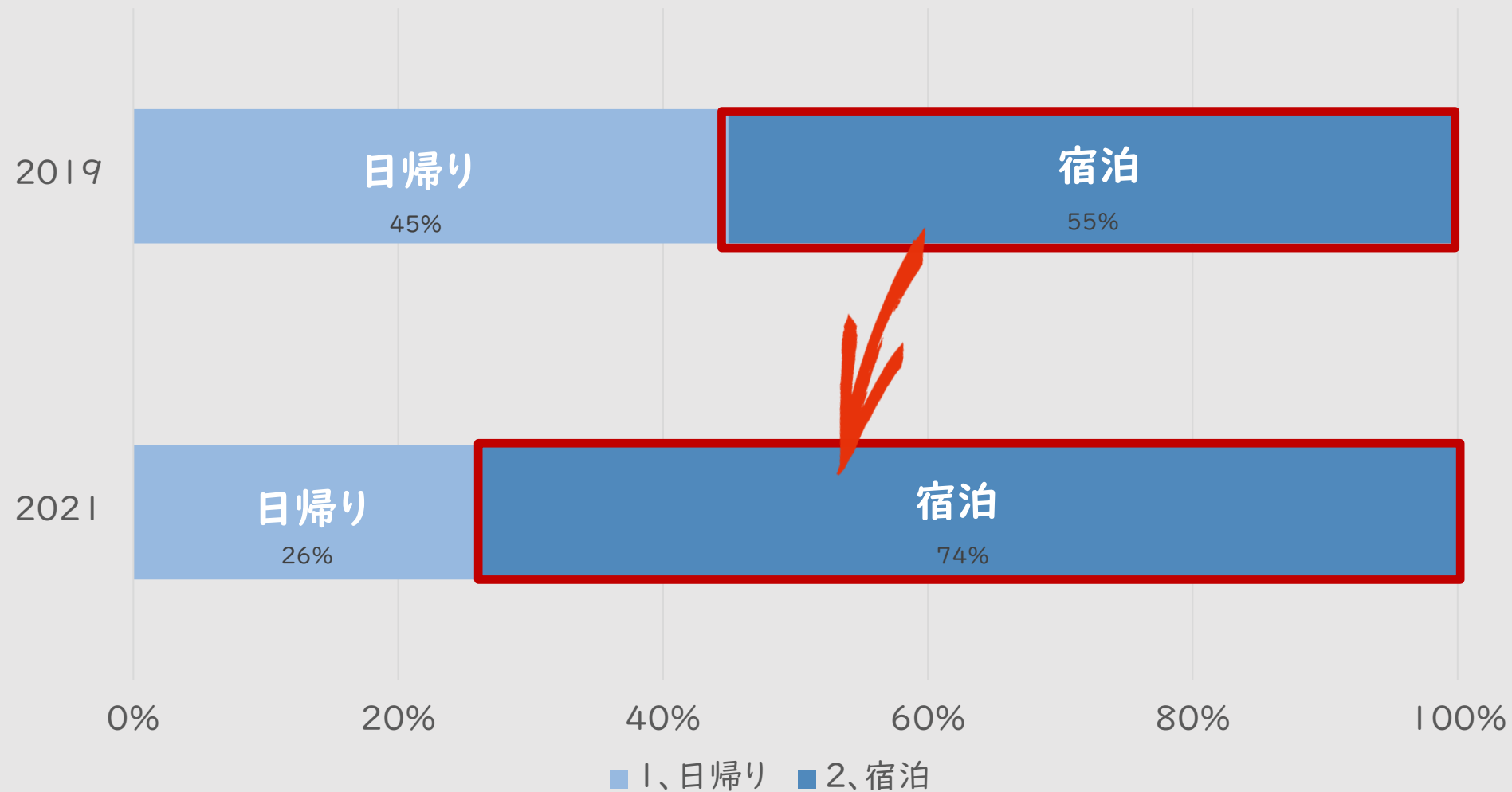


交通手段

大きな変化なし
車での移動が60%超え



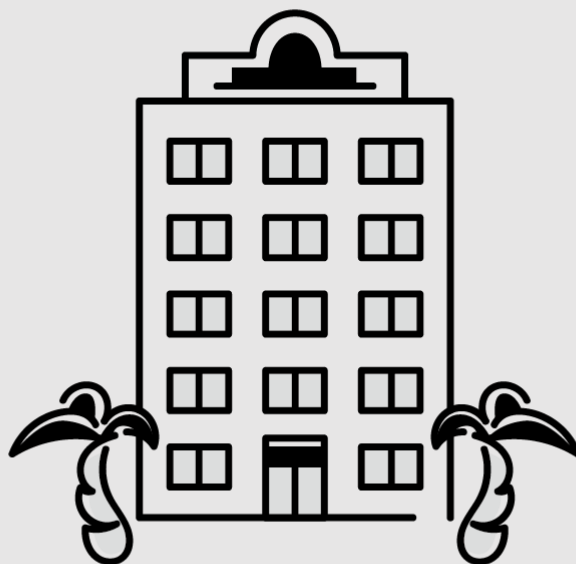
宿泊率



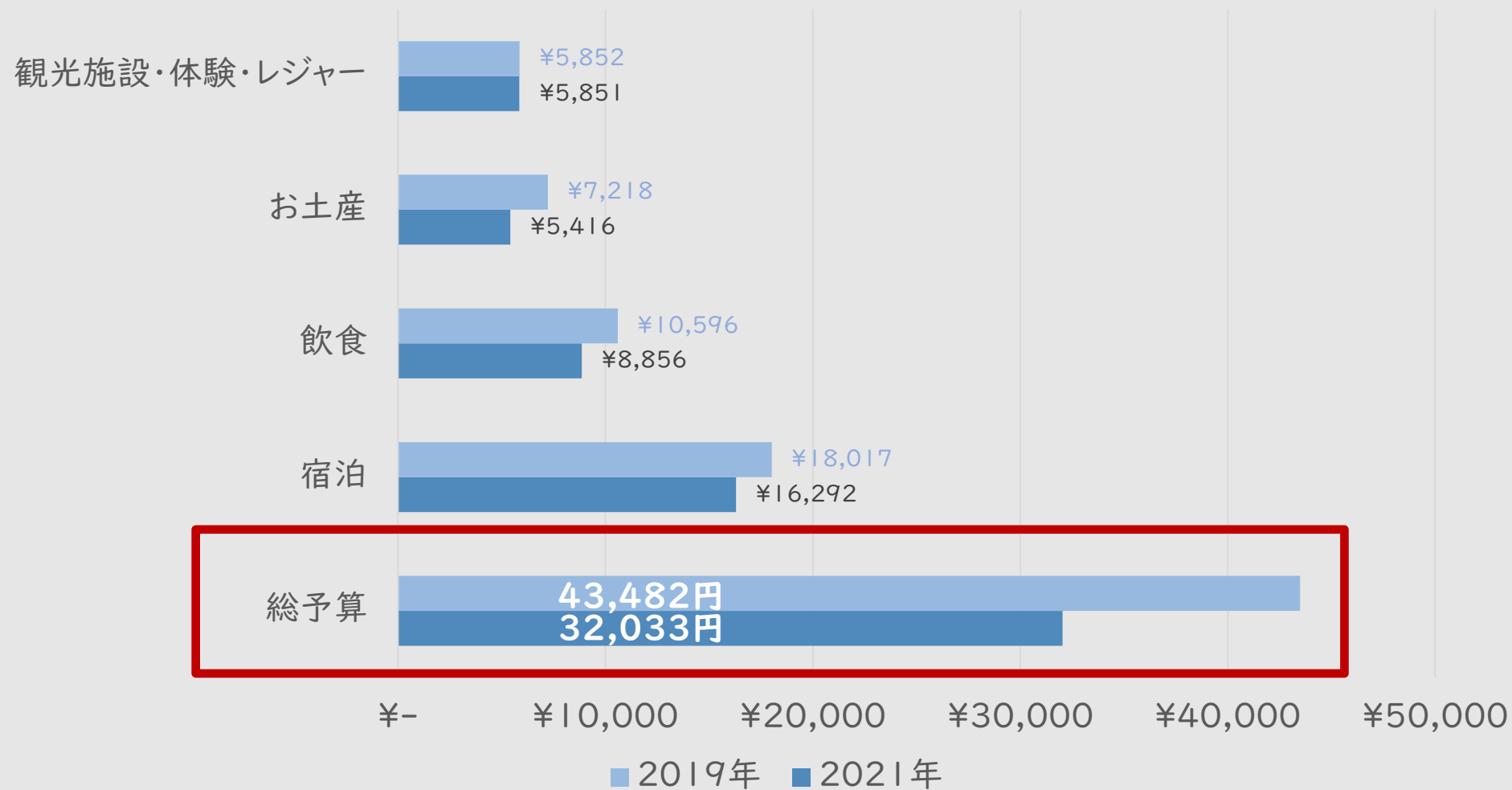
宿泊率

宿泊者の割合の増加

55% → 74%

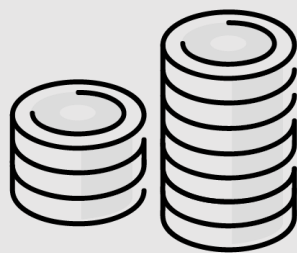


消費額

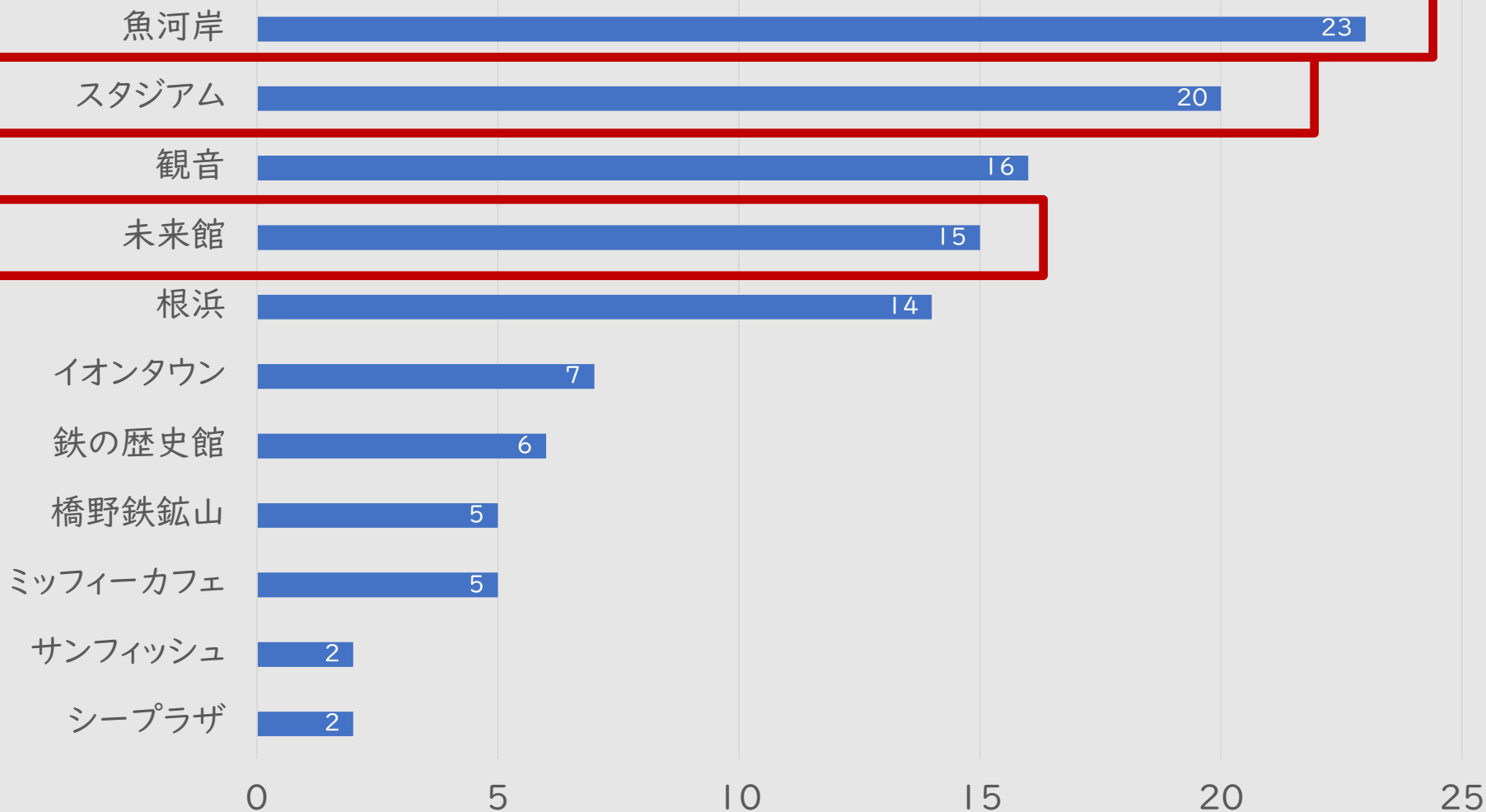


消費額

総消費額平均は
約10,000円減少

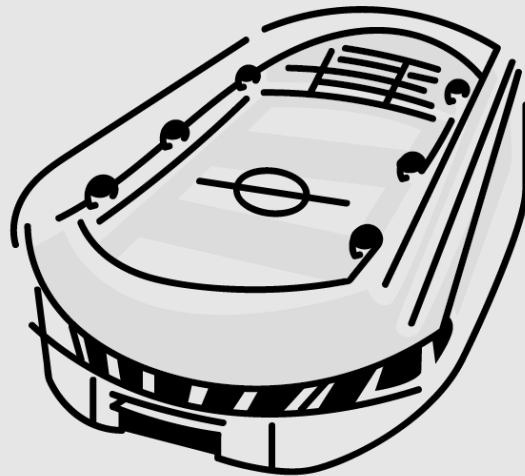


目当て(施設など)

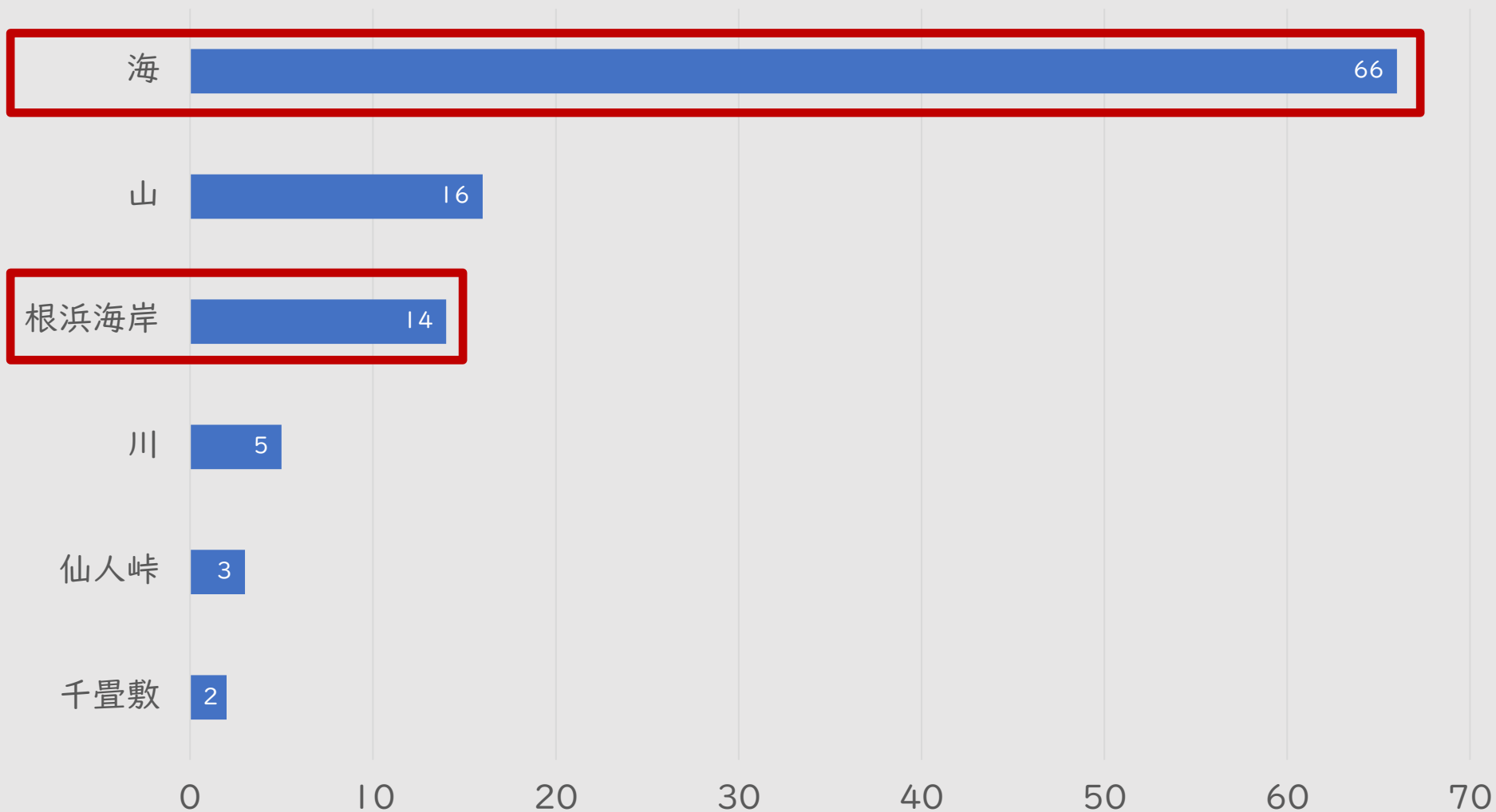


目当て(施設など)

2019年度に引き続き
新施設がお目当ての割合多い



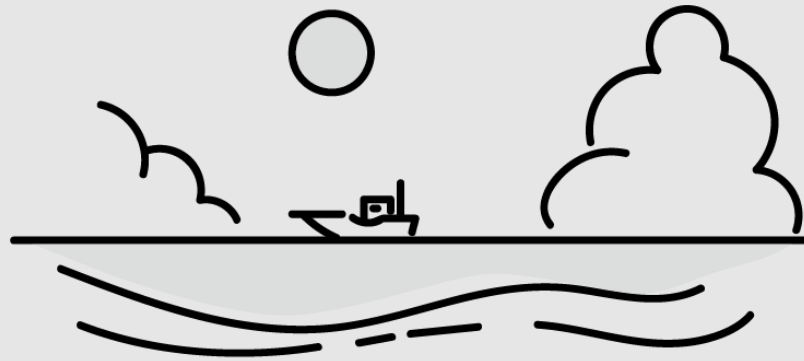
目当て(自然、景観)



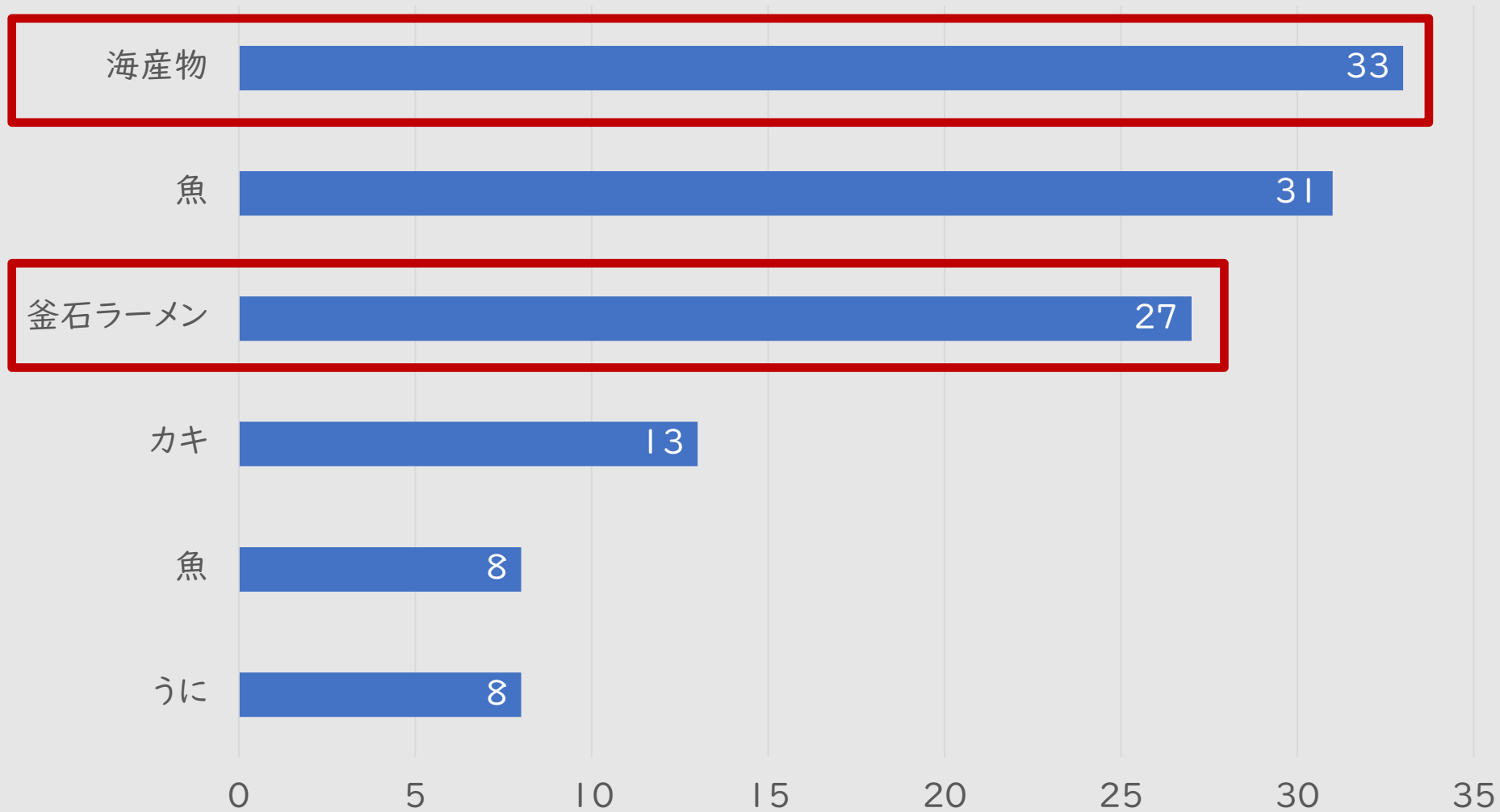
(単位:回答者数)

目当て(自然、景観)

海を求める人が多い



目当て(自然、景観)



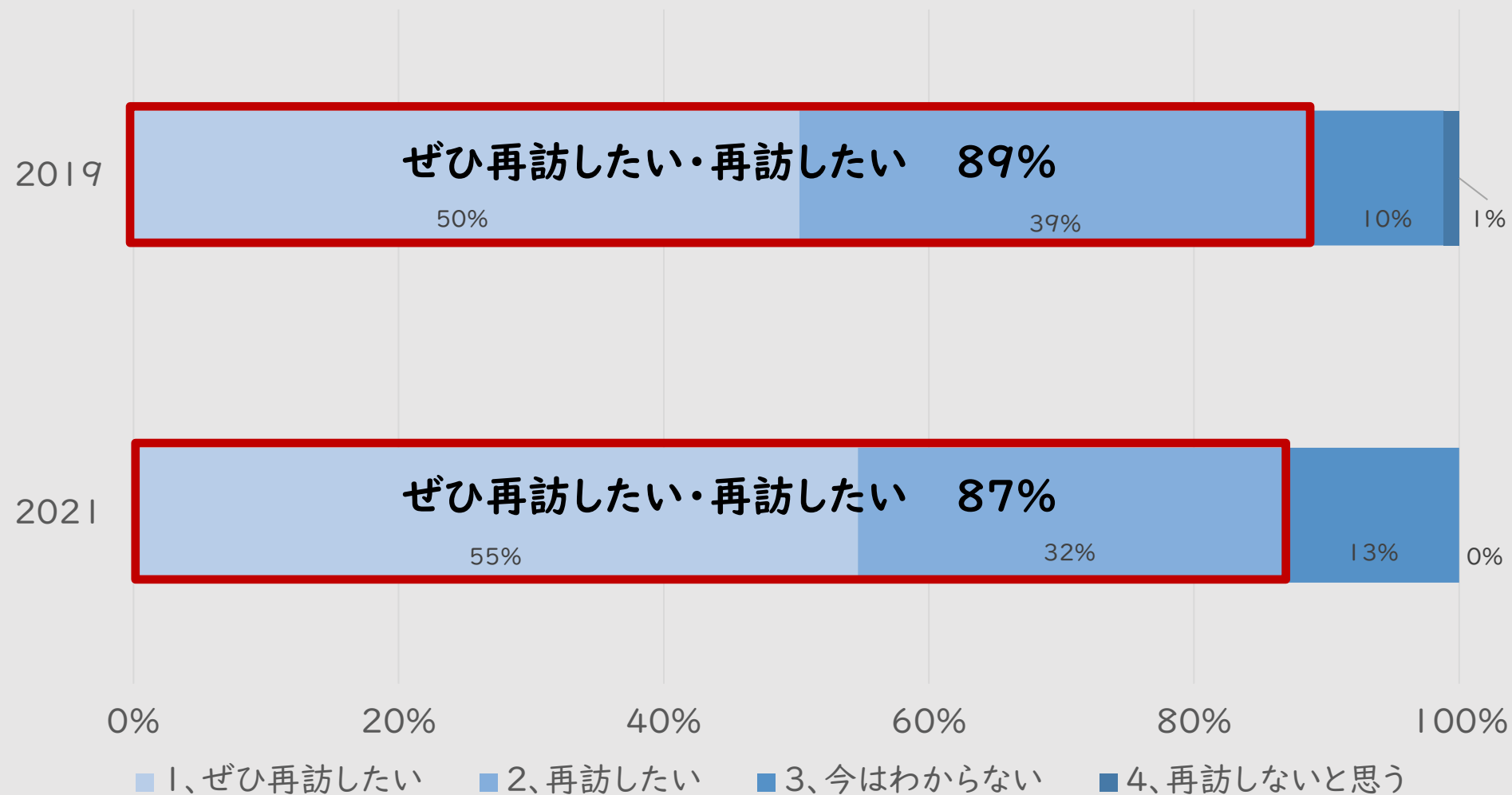
目当て(食べ物)

海産物と釜石ラーメンが人気

釜石ラーメン:ブランド認知には成功している



再訪希望



再訪希望

大きな変化はなし
再訪希望者85%超え



2019年・2021年秋期比較

まとめ



属性

- 関東以南からの来訪の割合の増加
- ひとりで・友人・知人の同伴割合の増加
- SNSやインターネットきっかけの訪問割合増加



新型コロナウイルス感染症が落ち着いたタイミングで、
関東以南からの来訪が増えたと考えられる。

目的

- ・ アウトドア目的多い
- ・ 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が増加。
車で、すこし足を延ばしてリフレッシュするニーズの高まり