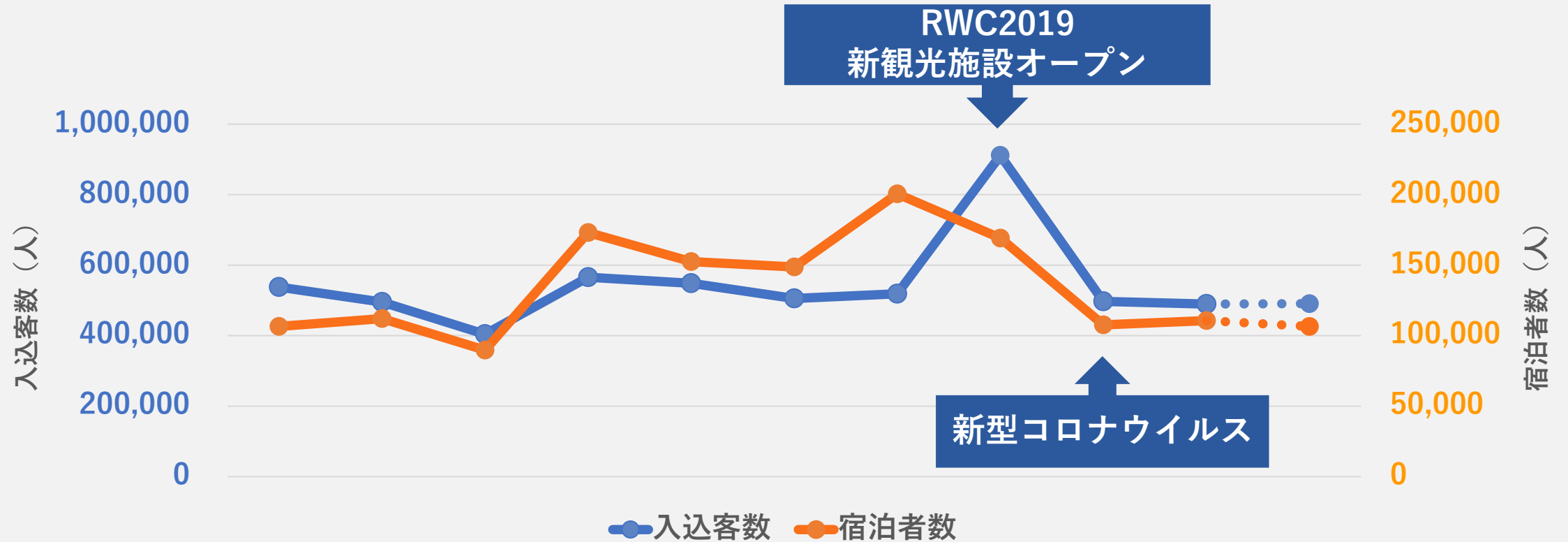


釜石市観光来訪調査 2022年秋期



これまでの入込客数と宿泊者数（2012年度～2022年度）

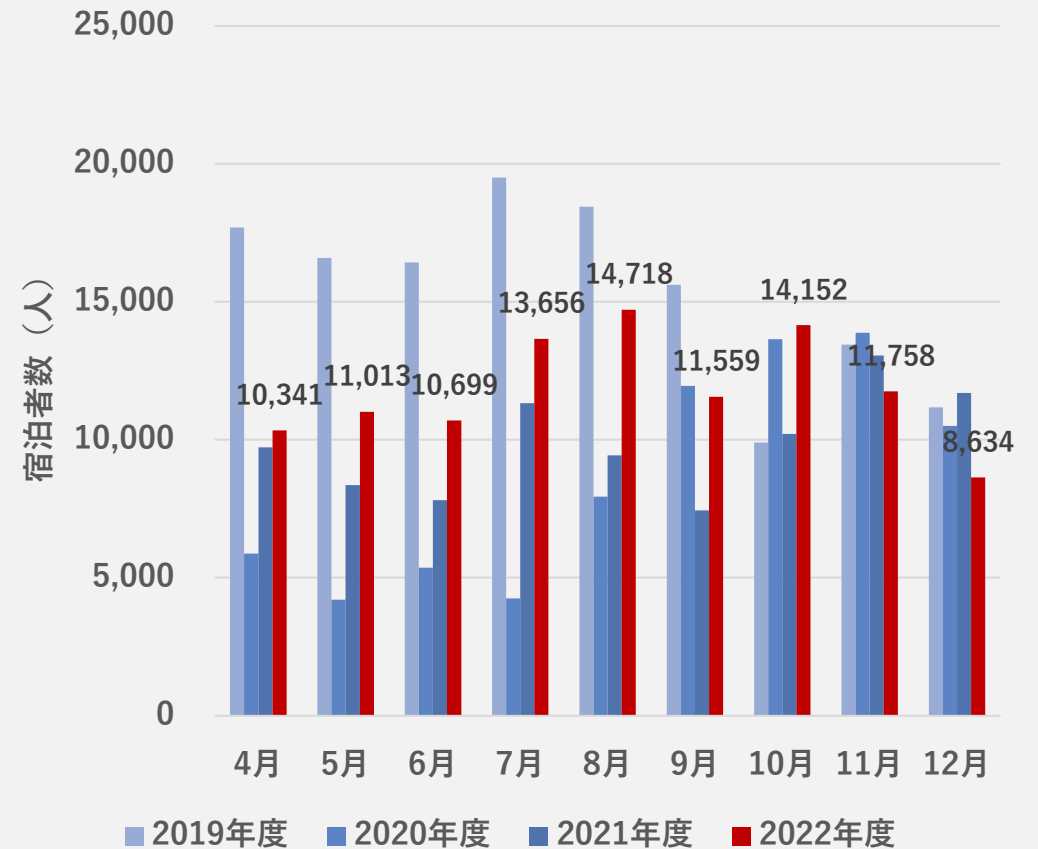
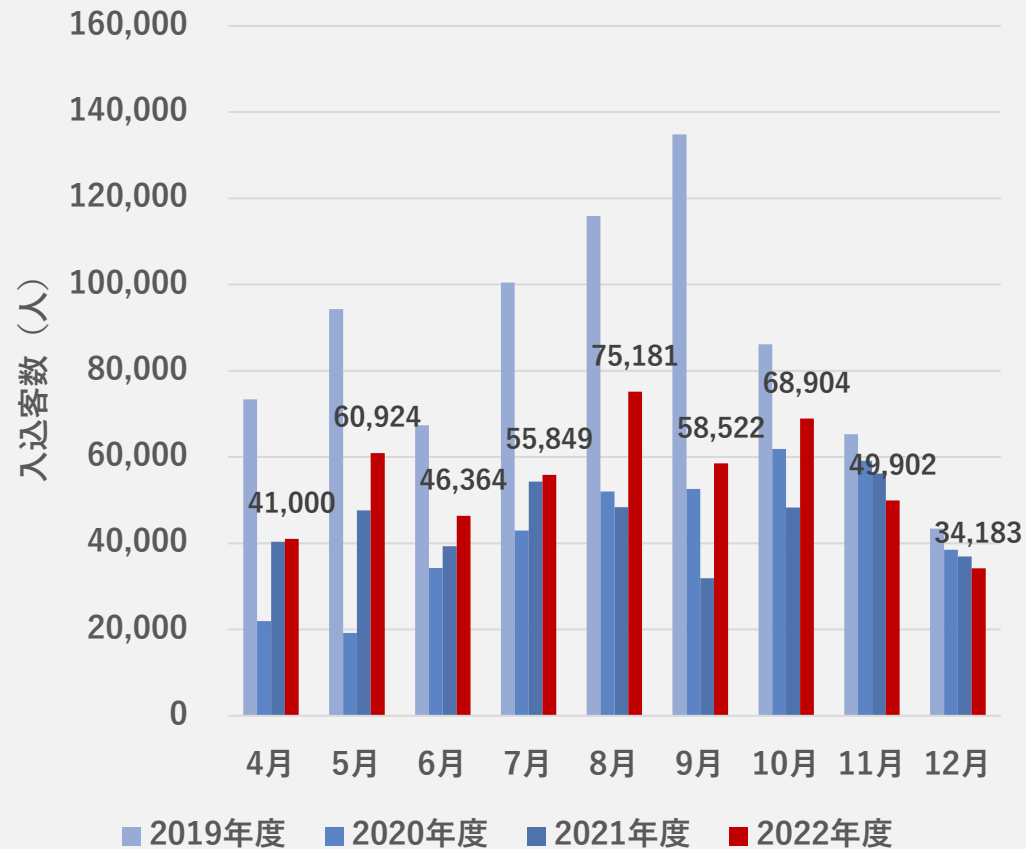


	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
入込客数	537,497	495,236	404,211	565,839	548,564	505,465	518,717	911,449	497,208	489,855	490,829
宿泊者数	106,535	112,045	89,661	173,119	152,446	148,768	200,607	169,203	107,593	110,693	106,530

※2022年度は、4月～12月の数値

2022年入込客数と宿泊者数（4月～12月）

4月～10月は、新型コロナウイルスが落ち着いたことから、観光需要回復により、入込客数、宿泊者数ともに増加傾向であったものの、11月～12月は、前年から減少傾向



調査概要

調査対象

釜石市外からの訪問者

調査場所

- ・魚河岸テラス
- ・いのちをつなぐ未来館
- ・根浜キャンプ場

調査日

2022年10月8日～12月31日

回収数

134サンプル

調査手法

調査票配布による自記式調査

比較対象

2019年11月12日～12月26日
104サンプル

2021年11月6日～2022年1月22日
111サンプル



ダイジェスト：2022年（秋）

入込客数（4月～12月）
前年度比1.2倍

リピート率 
初来訪者が大幅増加

宿泊者数（4月～12月）
前年度比1.2倍

再来訪意欲度 
引き続き高い水準で推移

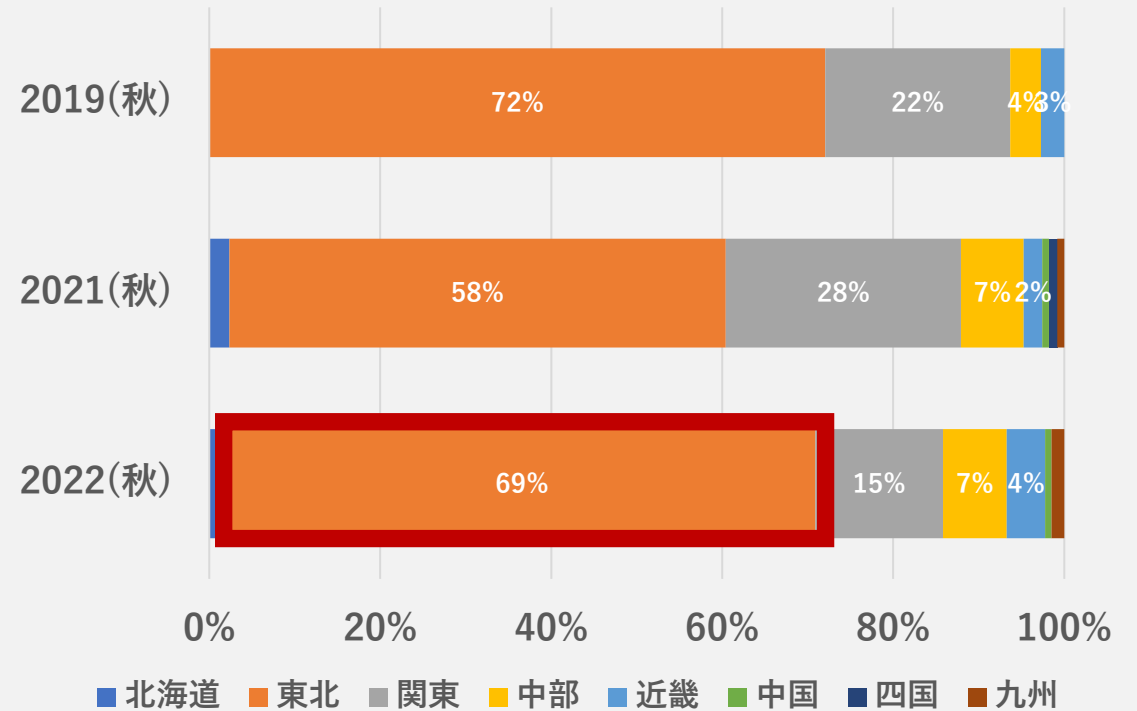
出発地 
東北エリアからの来訪者が増加

経済波及効果 
19.08億円

出発地

➡東北エリアからの来訪者が増加

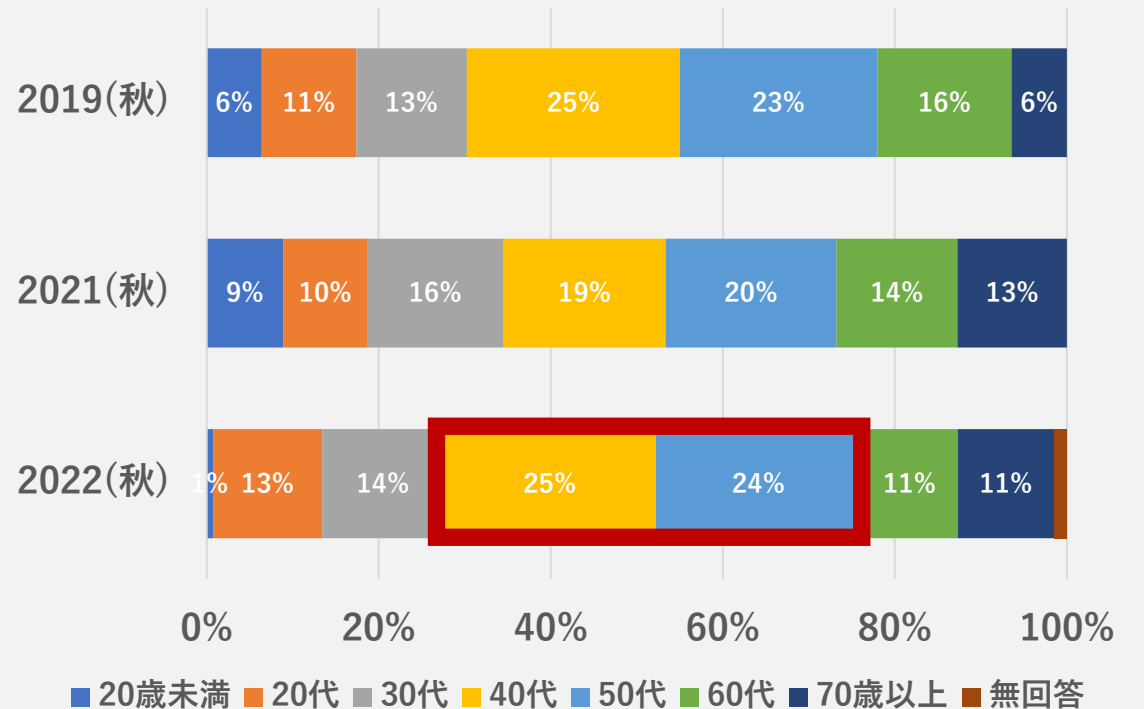
- コロナ禍での近隣地域への旅行需要により、**東北エリアからの来訪が多い**
(2022:69%)
- 出発地の構成割合が、コロナ前の構成割合に戻りつつある



年代

⇒40代・50代の家族での来訪が多い

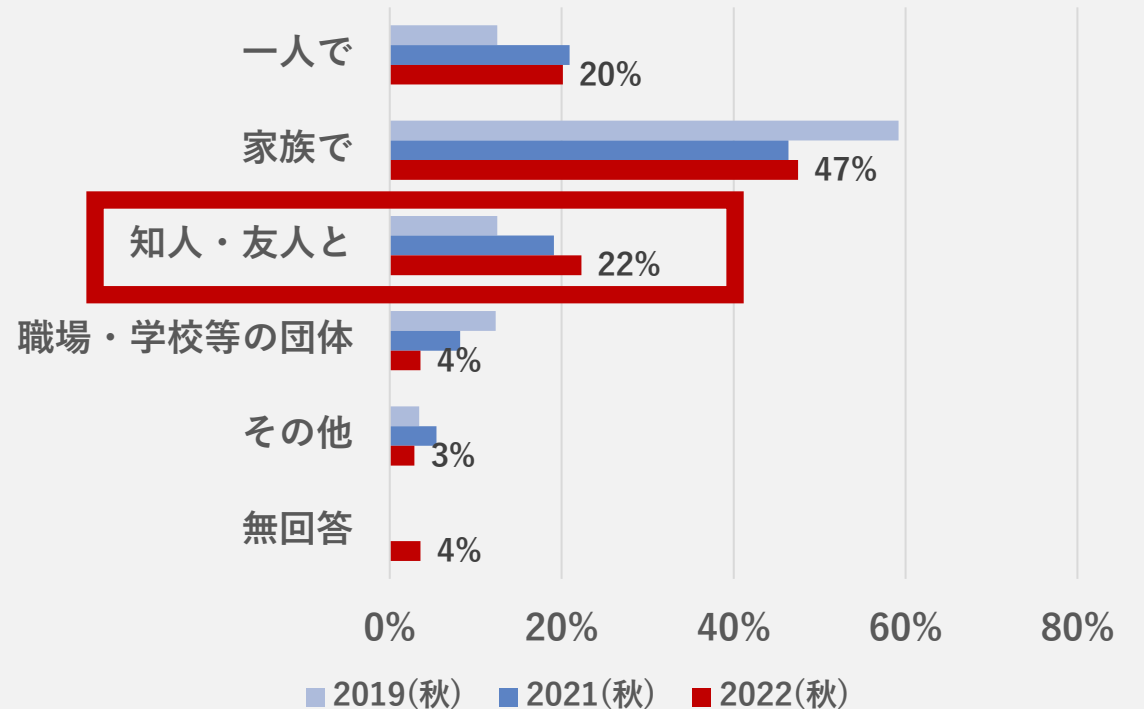
- 40代・50代の来訪者が最も多い
(2021:39% ⇒ 2022:49%)
- 30代以下の若い世代の来訪は少しずつ減少しているものの、教育旅行は増加
(2021年度5,010名
⇒ 2022年度 (2023年1月末時点) 5,071 名)
- 年代別構成割合に、大きな変化はみられない。



同行者

➡「知人・友人と」の来訪増加

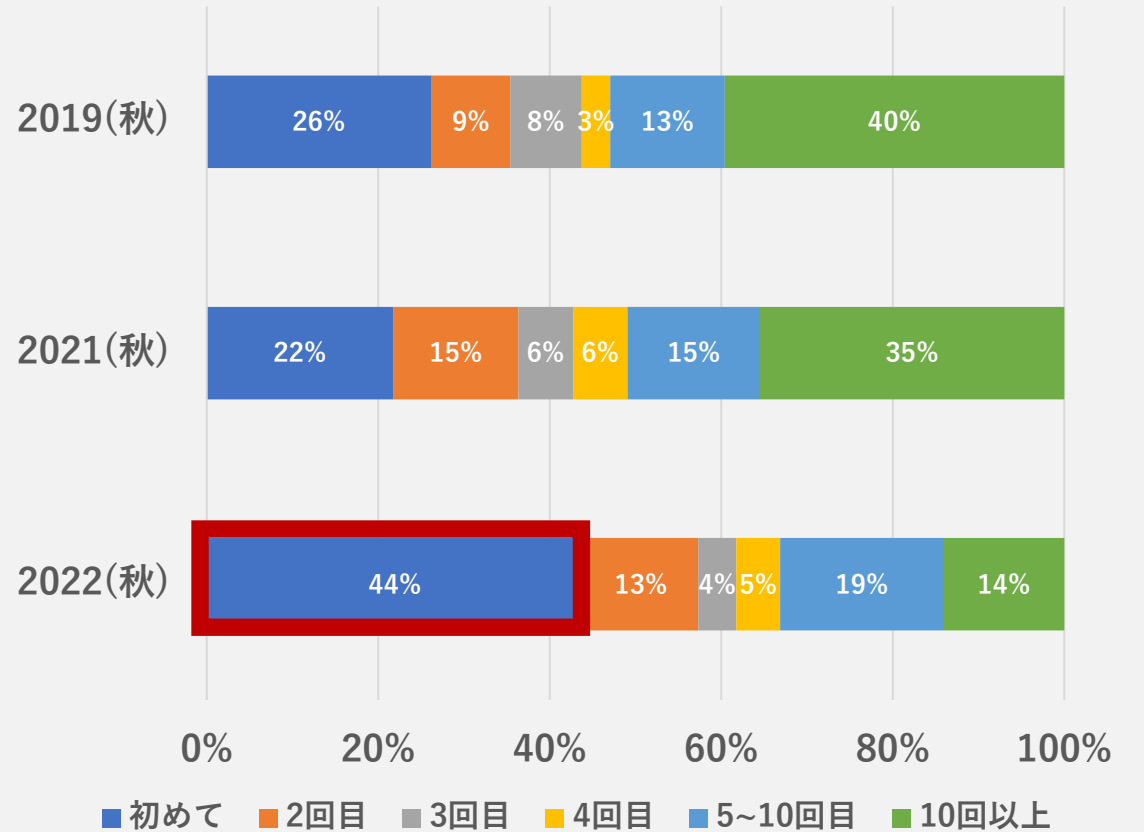
- 観光需要回復により、「知人・友人と」の来訪が増加
(2021:19% ⇒ 2022:22%)
- 「家族で」の来訪は、引き続き最も多い
(2021:46% ⇒ 2022:47%)



リピート率

➡初来訪者が大幅増加

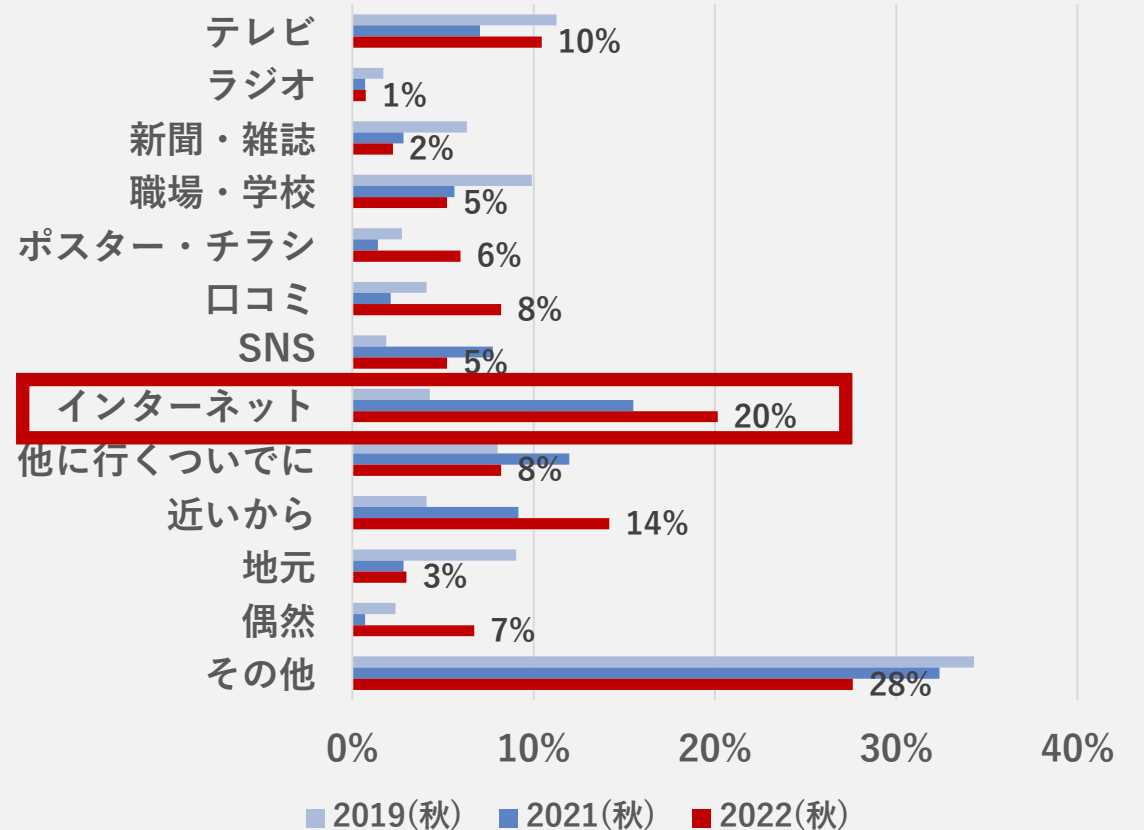
- 観光需要回復により、**釜石への初来訪者が大幅に増加**
(2021:22% ⇒ 2022:44%)
- **リピート率（来訪回数が2回目以上）は、56%**であり、引き続き高いまま推移
(2021:78% ⇒ 2022:56%)
- 来訪回数が5回以上の**ハードリピート率は、33%**



来訪のきっかけ

➡インターネットの割合が高い

- 来訪のきっかけは、
1位：インターネット（20%）
2位：近いから（14%）
3位：テレビ（10%）
- 「近いから」の割合が高く、近隣エリアからの来訪者が多い
- 「口コミ」がきっかけの来訪が増加している。
（2021:2% ⇒ 2022:8%）



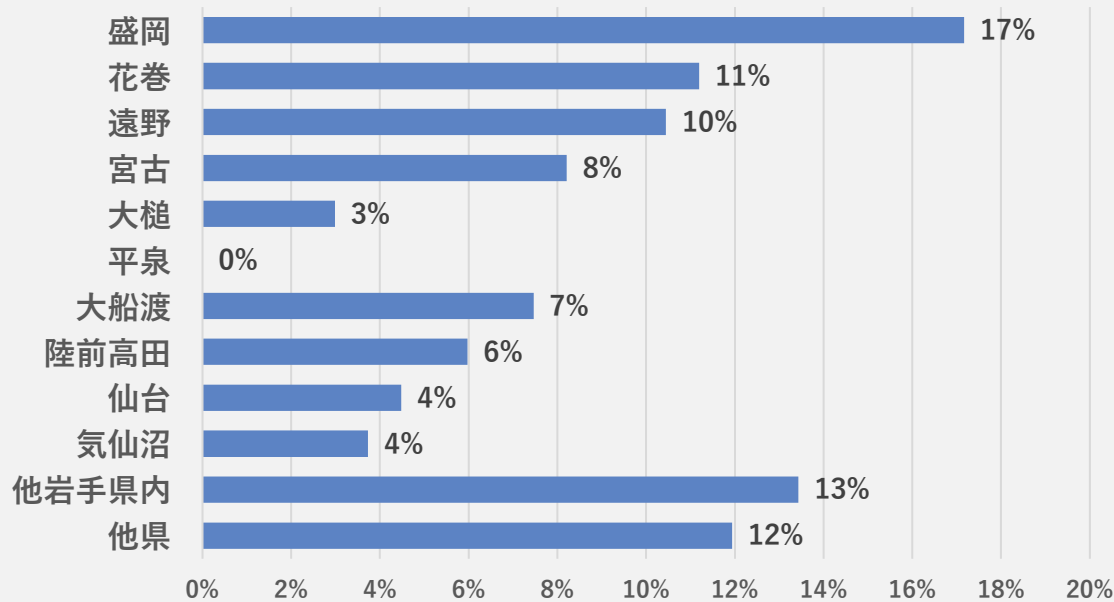
（回答者134名のうち、各項目に対する回答者数（複数回答））

経由地

<釜石まで>

- ・39%が岩手県内陸主要エリアから
- ・25%が岩手県沿岸エリアから

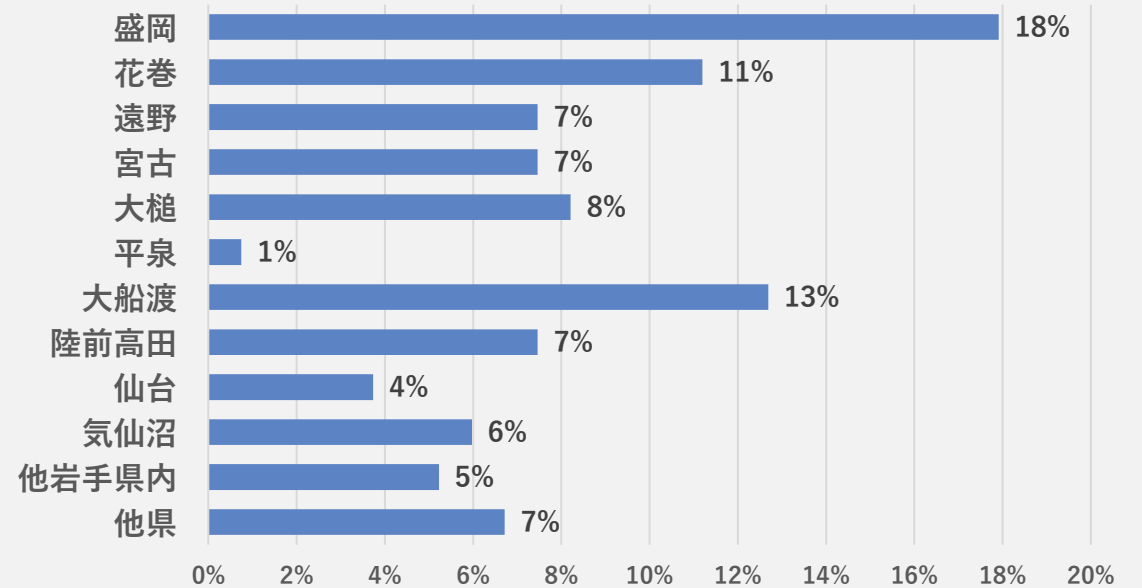
【釜石までの経由地】



<釜石から>

- ・37%が岩手県内陸主要エリアへ
- ・36%が岩手県沿岸エリアへ

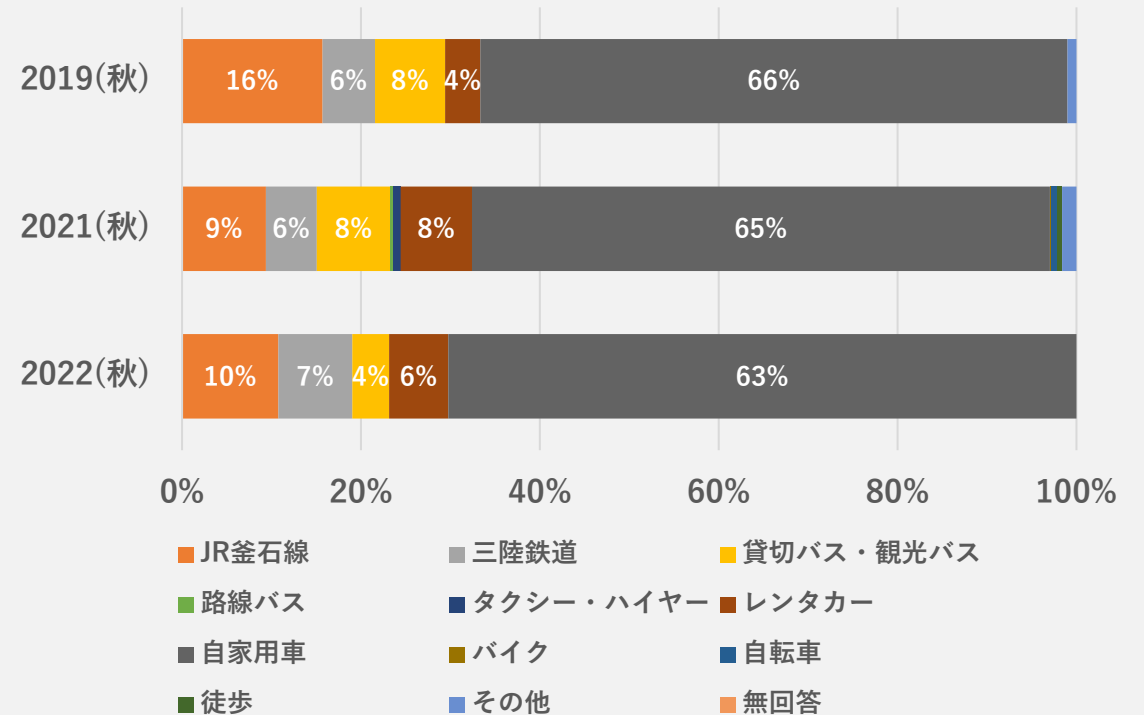
【釜石からの立寄地】



釜石までの交通手段

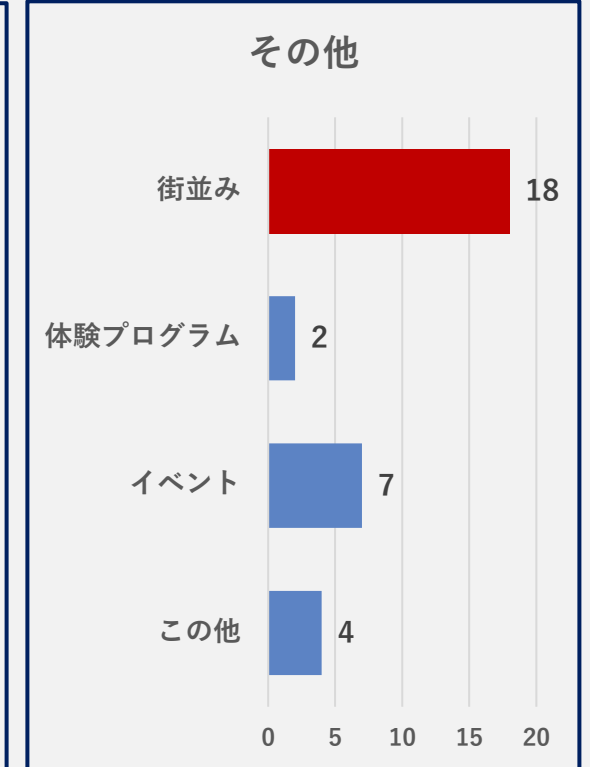
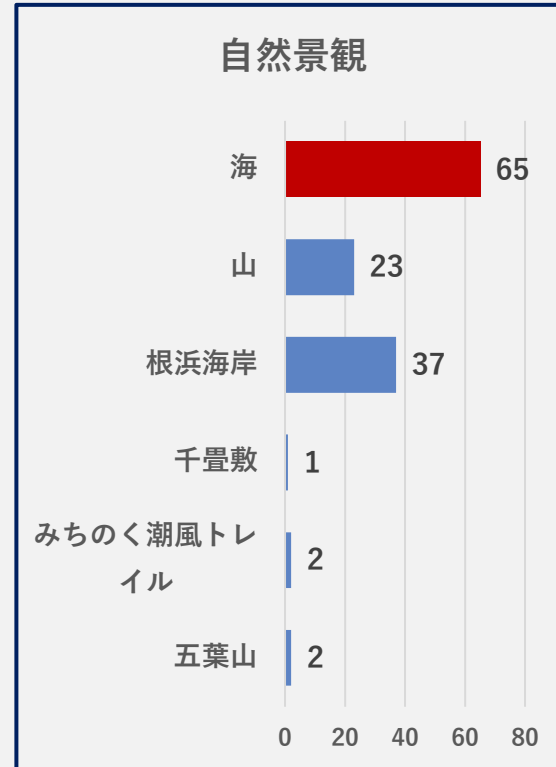
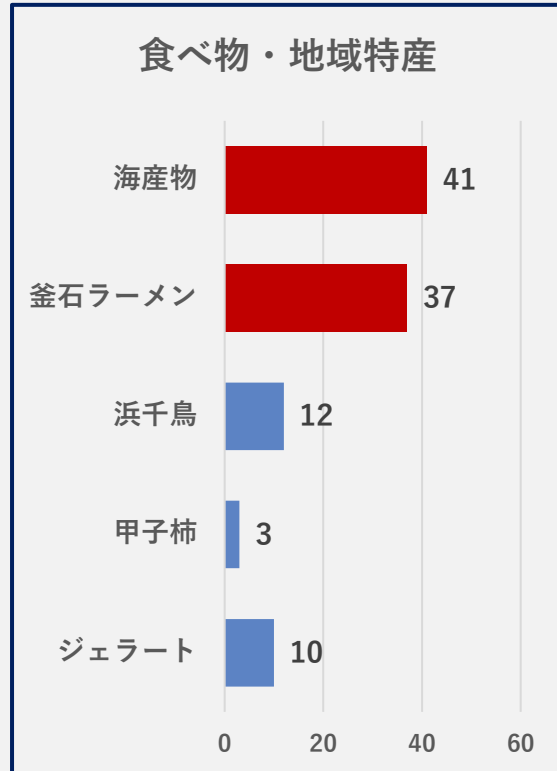
➡車での来訪が大多数

- 交通手段は、
 1位：自家用車（63%）
 2位：JR釜石線（10%）
 3位：三陸鉄道（7%）
- 電車での来訪（JR釜石線＋三陸鉄道）が若干増加
 （2021:15% ⇒ 2022:17%）



来訪目的

釜石への来訪目的は、「海」、「海産物」、「釜石ラーメン」が上位。釜石の「街並み」も人気。

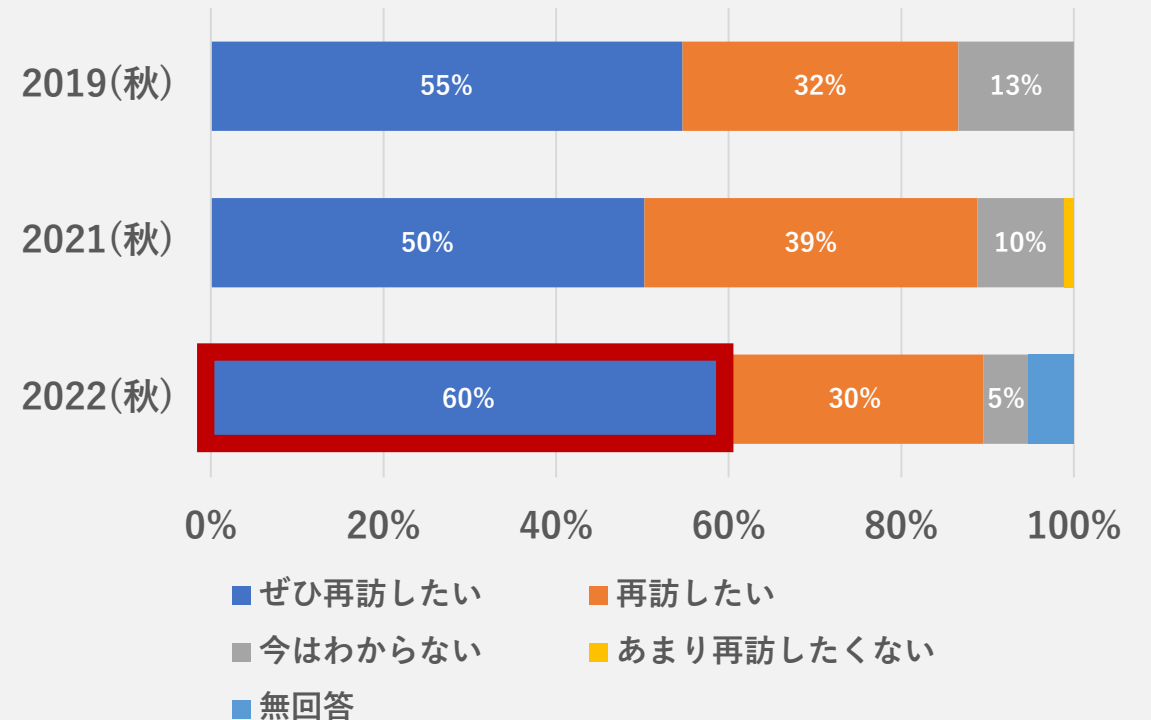


(回答者134名のうち、各項目に対する回答者数(複数回答))

再来訪意欲度

➡引き続き高い水準で推移

- 「ぜひ再訪したい」来訪者は、増加
(2021:50%、2022:60%)
- 「再訪したい」来訪者は、30%
(2021:39%、2022:30%)
- 「再訪したい」以上は**90%**であり、
前年に続き、高いまま推移
(2021:89% ⇒ 2022:90%)



経済波及効果（2021年）

➡市内観光消費額：24.57億円

- 東洋大学国際観光学部古屋教授の監修のもと、「観光消費額」の推定を実施。
（分析では、2021年度延べ観光入込客数・宿泊者数データ、2022年度消費額調査データを利用）
- 宿泊客：16,407円/人** <実宿泊客数：83,900人>
 - ・市内宿泊率は約30%
 - ・市内宿泊日数は1.3泊
- 日帰り客：5,096円/人** <実日帰り入込客数：211,800人>
 - ・日帰り客の市内観光スポットへの平均立寄り箇所数は1.8箇所

一人当たり宿泊・日帰り別市内観光消費額（円/人）

区分	宿泊客	日帰り客
交通費	2,456	944
宿泊費	6,650	0
おみやげ代	2,660	1,644
飲食費	3,895	2,033
入場料	476	407
その他	270	67
合計	16,407	5,096

経済波及効果（2021年）

➡観光による経済効果：19.08億円

- 東洋大学国際観光学部古屋教授の監修のもと、「**産業連関分析**」を実施。
- ①**直接効果：11.53億円**
…観光での消費のうち、市内での生産に関わるもの
- ②**間接一次効果：5.47億円**
…観光によって生産が増えた産業で新たに必要となった原材料の生産
- ③**間接二次効果：2.08億円**
…①、②での雇用から生まれる消費によるさらなる生産

観光による経済波及効果が大きい 上位5産業部門

宿泊・飲食サービス業	7億9,000万円
食料品	2億2,000万円
農業	2億円
水産業	1億4,000万円
卸売業	7,000万円

経済波及効果を高めるために

- ◆ 延べ観光入込客数の増加
- ◆ 観光消費額の増加やそれにつながる滞在時間の長期化
- ◆ 市内調達率の向上

来訪者調査を踏まえた観光管理アクションプラン

項目	結果	考察	アクションプラン
①入込客数	7～9月が189,581名に対して、1～3月は108,016名。	ピークシーズンとオフシーズンの差が顕著 ⇒ 平準化	オフシーズンの冬季に楽しめるコンテンツをプログラム化して、来訪客の平準化を図る。(④来訪目的と共通)
②来訪のきっかけ	「インターネット」が20%（春・秋）で1位、春は「他に行くついで」が14%で2位、秋は「近いから」が14%で2位。	・情報収集のメインツールはインターネット ⇒ 引き続き発信強化 ・春は三陸周遊観光の一部として、秋は近隣エリア（特に東北内陸）からの訪問が多い傾向 ⇒ 差別化できる海関連のコンテンツ	1) WEB上の発信強化（OTAの増強） 2) 三陸の他地域と差別化できる海コンテンツの整備（①入込客数、④来訪目的と共通）
③交通手段	「車」が71%（春）、63%（秋）で大多数を占める。	利便性の観点から「車」利用が多い一方で、「三陸鉄道」が「来訪目的」として上位に入っている ⇒ 鉄道の利便性向上と更なる魅力PR	1) 各観光施設での鉄道・バス利用の利便性を案内 2) 鉄道交通そのものを観光コンテンツ化
④来訪目的	食べ物で「海産物」が54票（春）、41票（秋）、自然景観で「海」が91票（春）、65票（秋）がそれぞれトップ。	「魚」「カキ」「ウニ」「ホタテ」「わかめ」などの海産物の需要が高い ⇒ 観光資源として更なる活用	「うにしゃぶ」「わかめしゃぶしゃぶ」などをプログラム化することで、冬季コンテンツを強化