



釜石市来訪調査 分析報告と提案

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	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]
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]

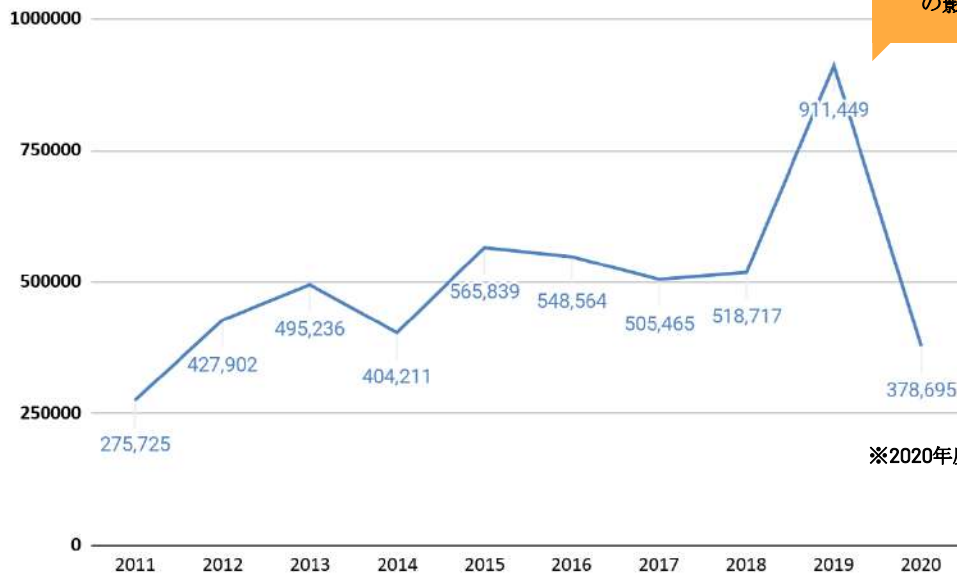
宿泊者数 81,389人[2020年12月速報値]

リピート率 76% [2020年10-12月]

消費額 31,628円 [2020年10-12月]



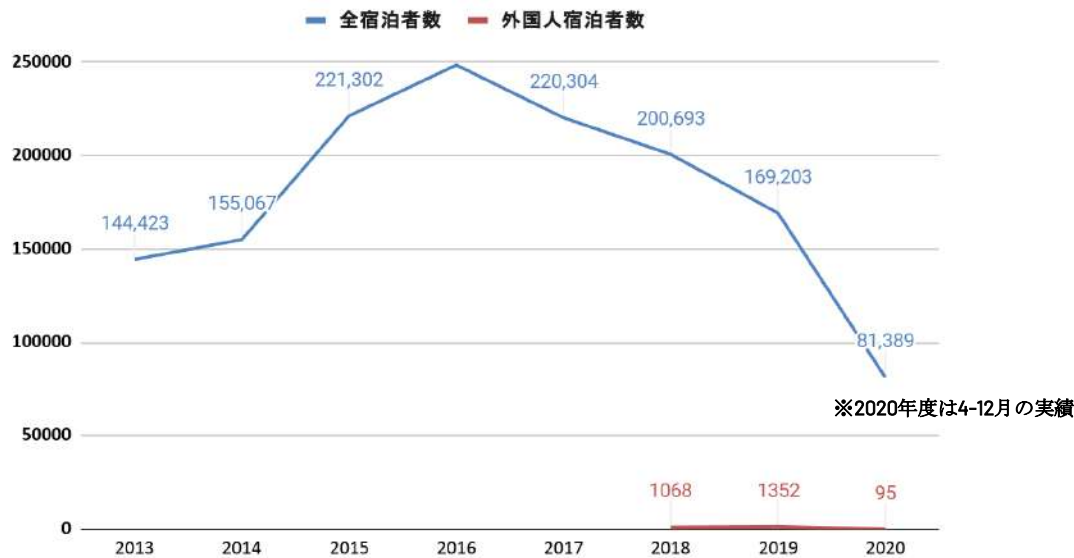
入込客数



RWCや施設オープン
の影響が大きい

※2020年度は4-12月の実績

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

でも

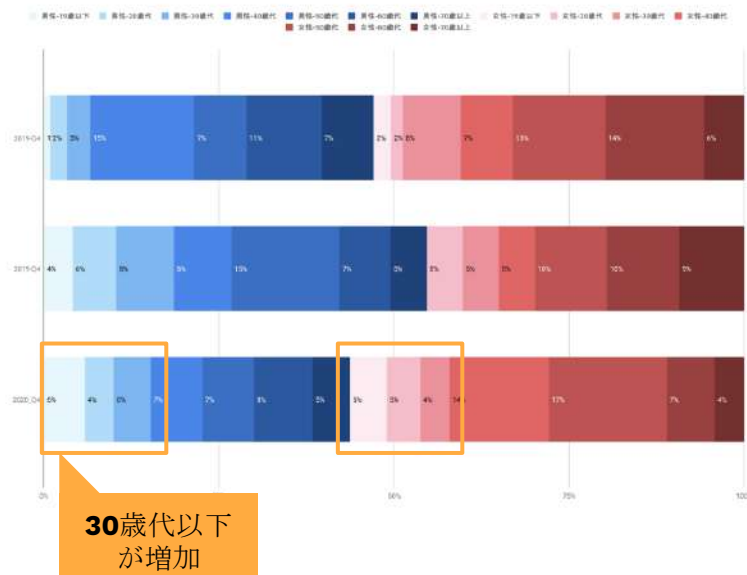
女性の割合が多い

19% → 30%

2018年Q4と比べて

30歳代以下の割合が

増加

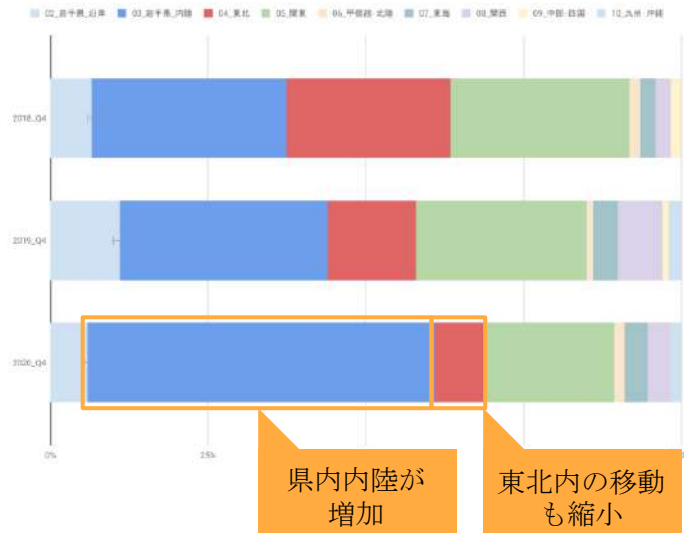


釜石の観光客を100とした場合の各年代-同伴者別の割合

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

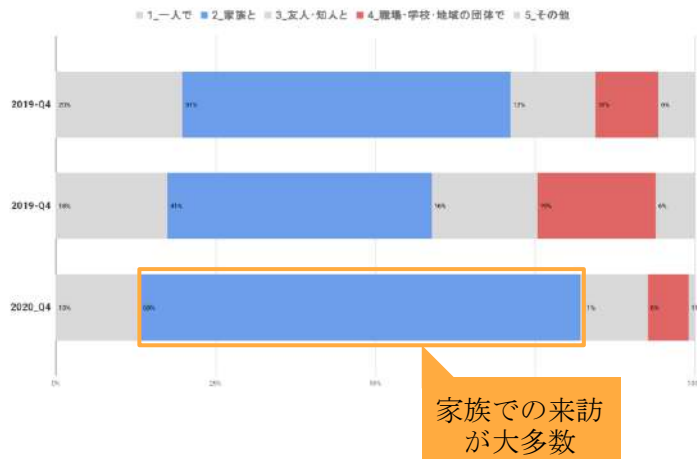


釜石の観光客を100とした場合の各地域の割合

3. 誰と 同伴者

68%

家族で訪れる機会が
増加した



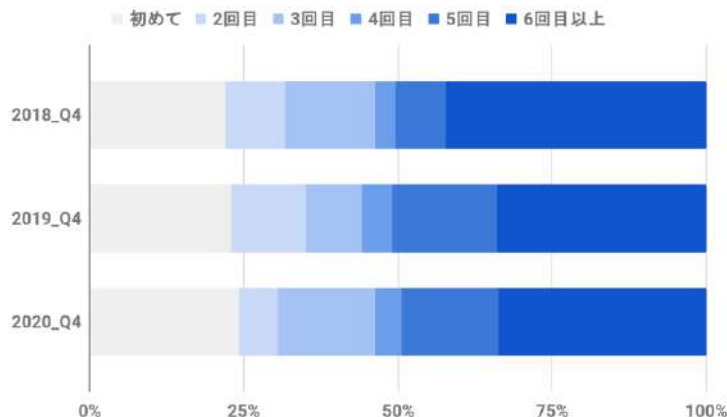
釜石の観光客を100とした場合の各年代・同伴者別の割合
各世代ごと・上（薄い色）-2018年Q4 下（濃い色）-2019年Q4

4. 何度目の訪問回

数

76%

レポート率は高い水
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

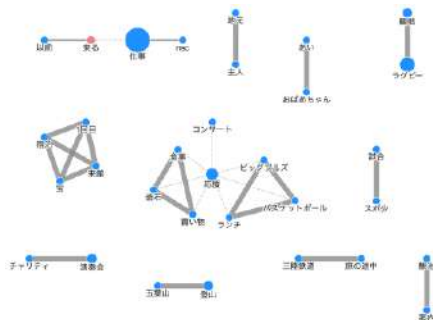
	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	職場・学校	ポスター・チラシ	ロコミ	SNS	インターネット	他へ行く ついでに	近いから	地元	偶然
北海道												
岩手県 沿岸	-1.3		-2.7	-1.3	-0.7			1.2	1.2	-0.1	4.3	
岩手県 内陸	10.5	0.5	3.7	-1.2	-1.4	0.3	0.4	1.1	4.0	1.1	-0.7	3.7
東北	4	-1.3	-1.4	-2.7		0.6		-0.1	-1.3	-1.3	2.5	
関東	テレビの影響 力は大い		2	-5.4	-4.7	-0.7	1.2	2.4	1.1	-1.4	-0.7	-1.3
甲信越・北陸								0.6	0.6	-1.3		
東海			0.6	-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							

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

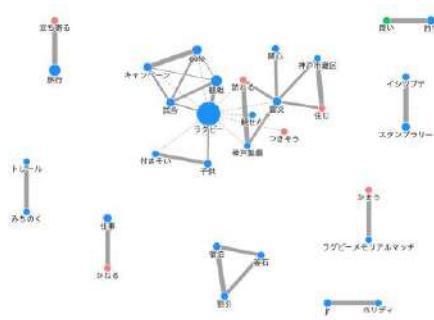
4. きっかけ 自由記述欄

2019



ラグビーやバスケット、野球と
いった
スポーツ関連の語句が並ぶ

2020



JRのイベントの他、みち
のく潮風トレイル由来も

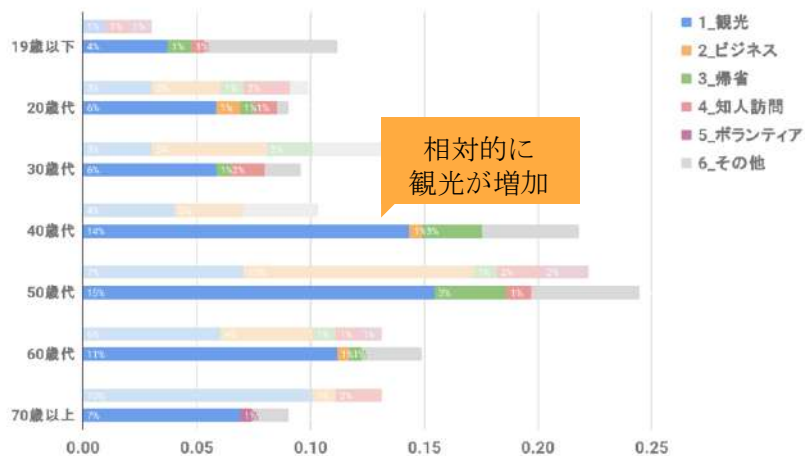
「その他きっかけ」欄の自由記述を1度と関連性があるストマイニングにて可視化
左-2019年04 右-2020年04

※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%

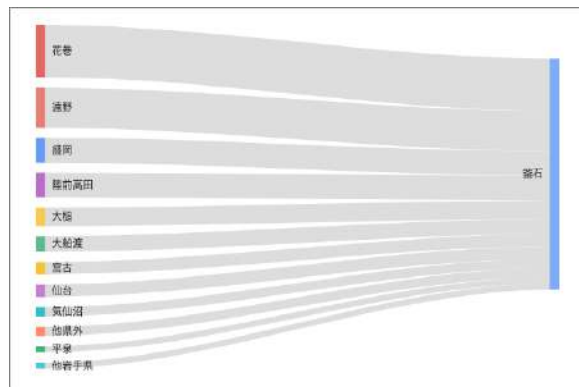
ビジネス目的の
来訪者が激減した



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

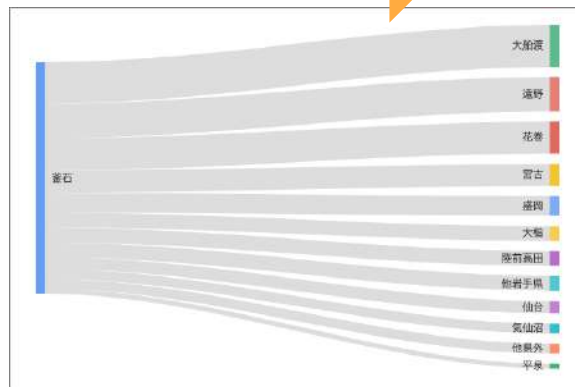
6. 經由地 2019Q4

From



To

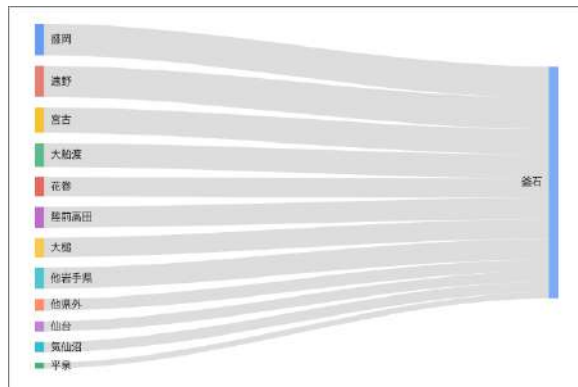
近隣の流れが
中心



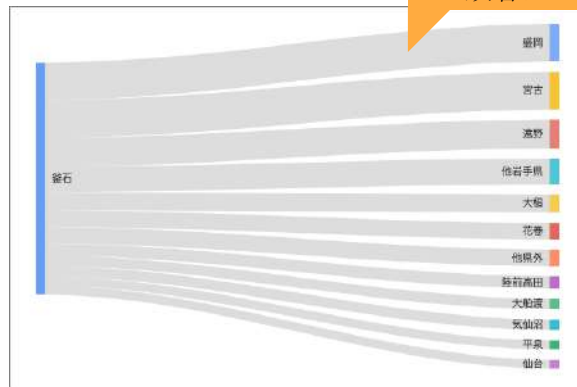
2019年Q4の観光客数を100とした場合の各経路地との関連性を可視化したもの
左-2019年Q4の経路地「前」 右-2019年Q4の経路地「後」

6. 経由地 2020Q4

From



To



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

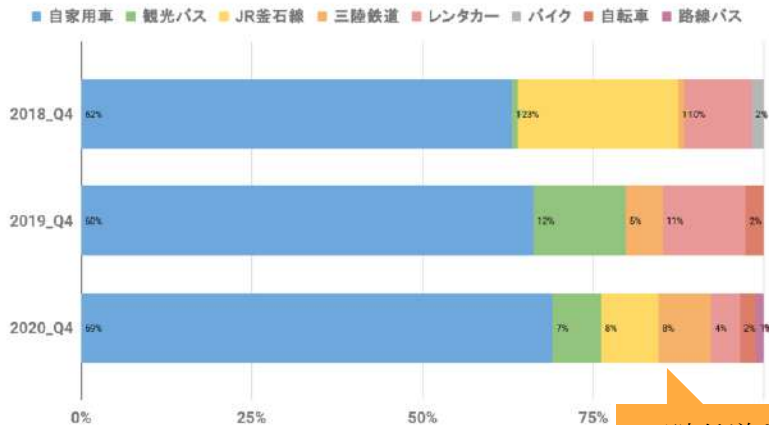
2018→2020

2018Q4

2020Q4

62% → 69%

自家用車の割合が増
加傾向



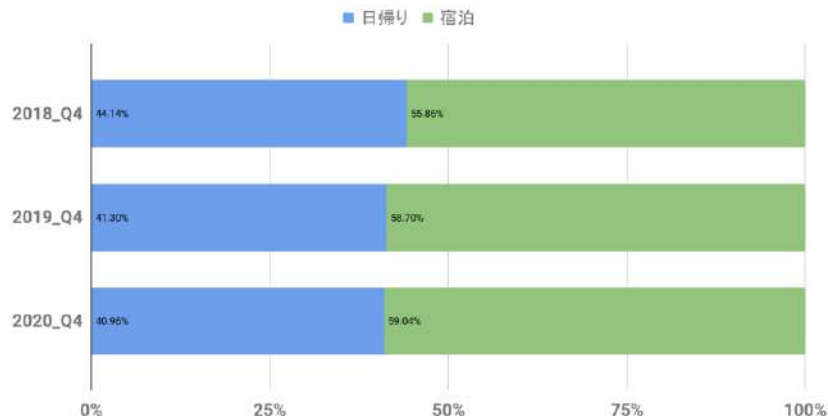
三陸鉄道も
順調な利用

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→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

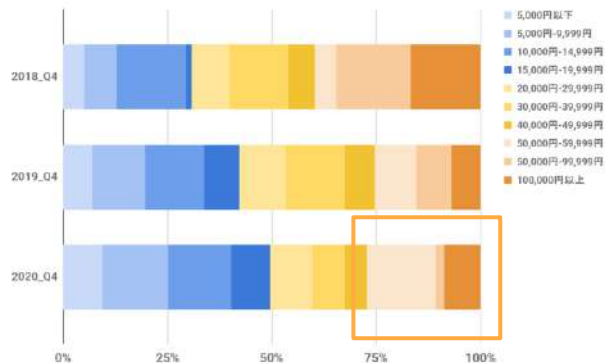
9. 総予算

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

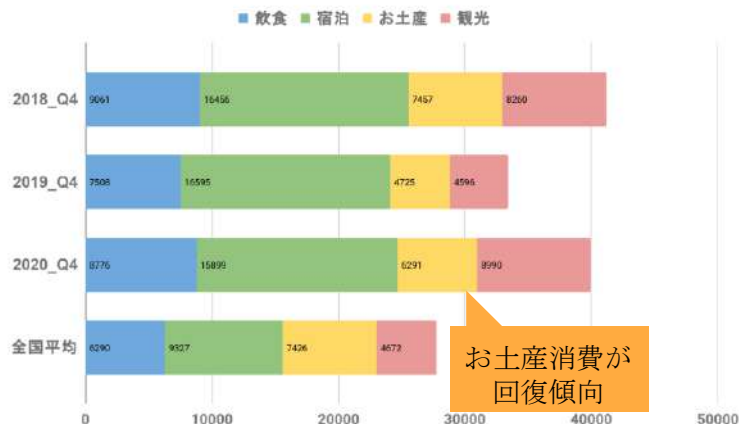
10. 消費額

項目別-予

算額

4,725円 → 6,291円

お土産の予算額が増
加した

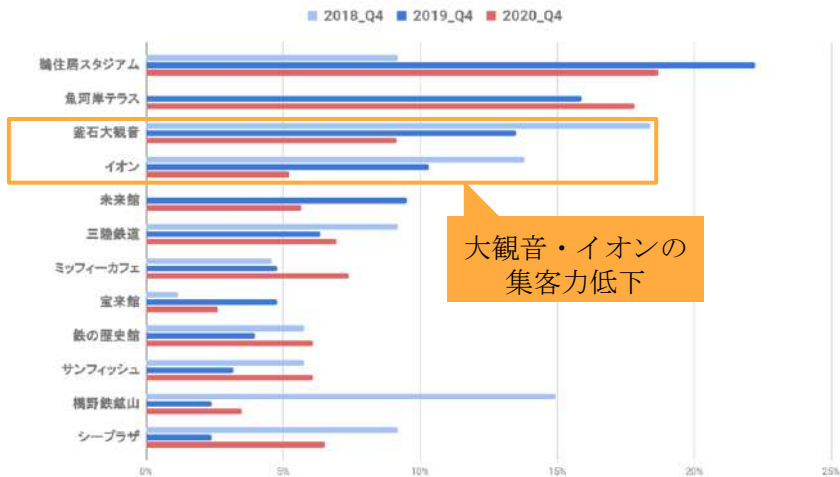


各期間中の各予算の平均消費額を合算
上-2018年Q4 中-2019年Q4 下-全国平均

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

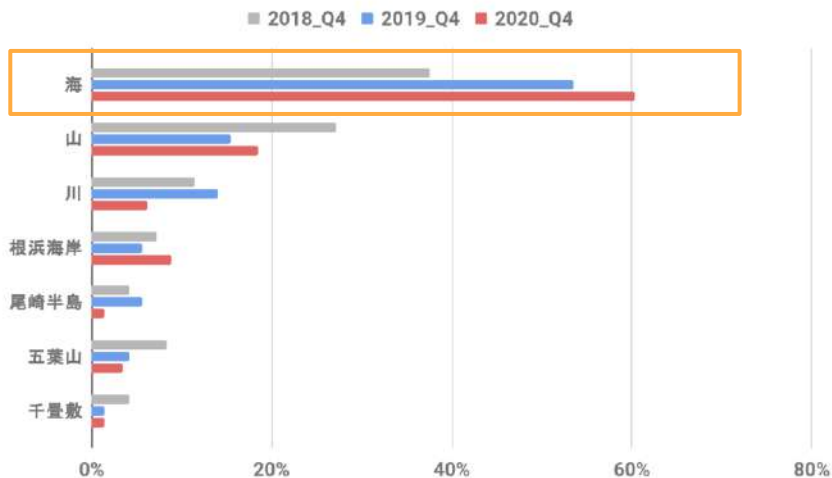
12. お目当て

景観

自然・

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

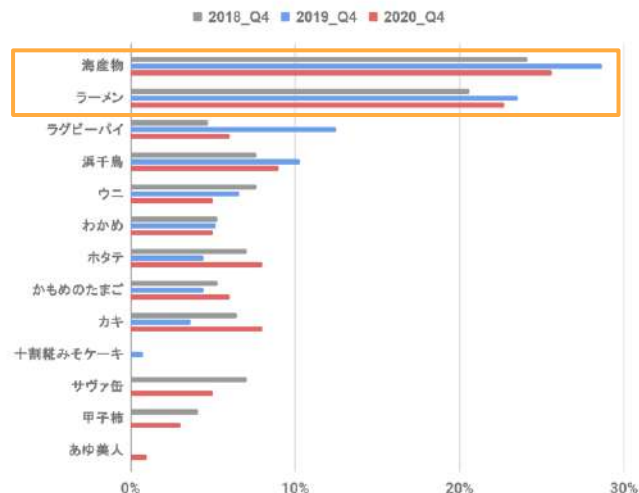
13. お目当て

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

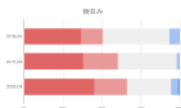
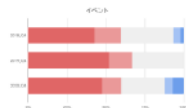
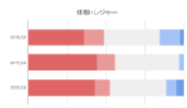
釜石に来る観光客は
どんな印象を持ったか



14. 満足度 項目別比較



自然景観



体験・レジ

関心のなさ

イベント

街並み

年々増加傾向

名所・神社

食べ物・特産

高い水準をキープ

買物・土産

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

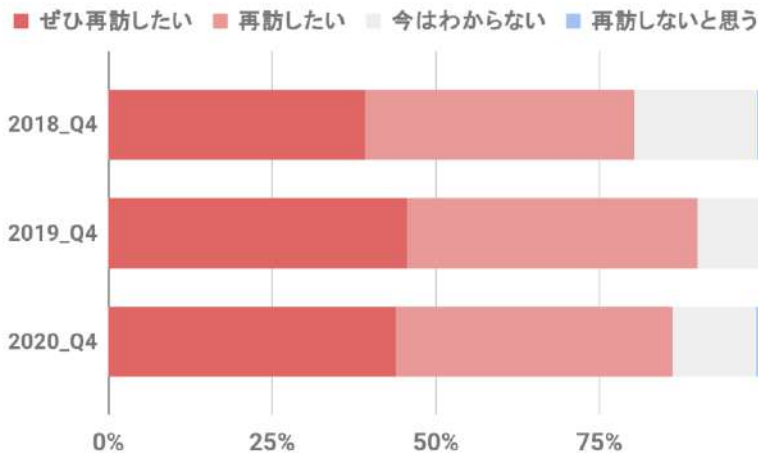
赤：満足 グレー：普通 青：不満

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

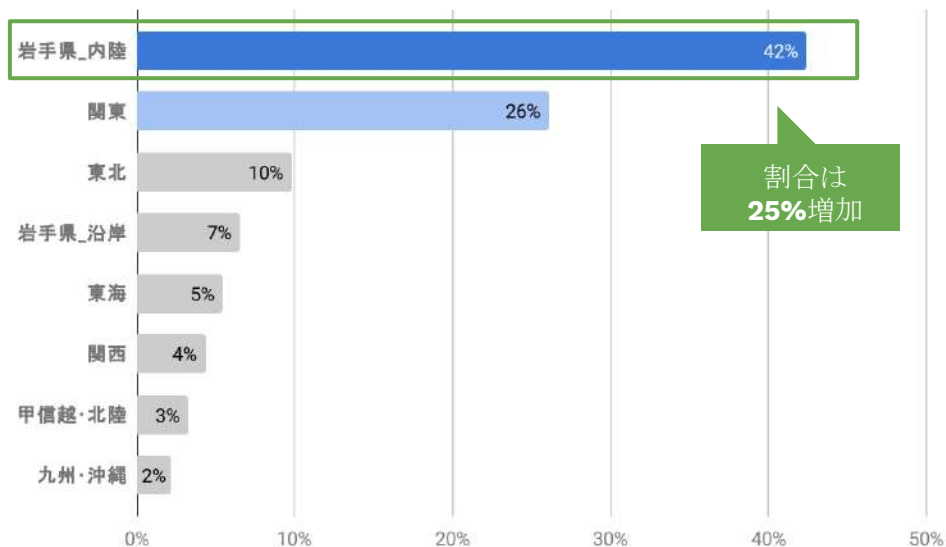
インターネットのプロモーション効果が増加している。調査期間中は宿泊割により、宿泊率の大きな落ち込みを避けた。

印象

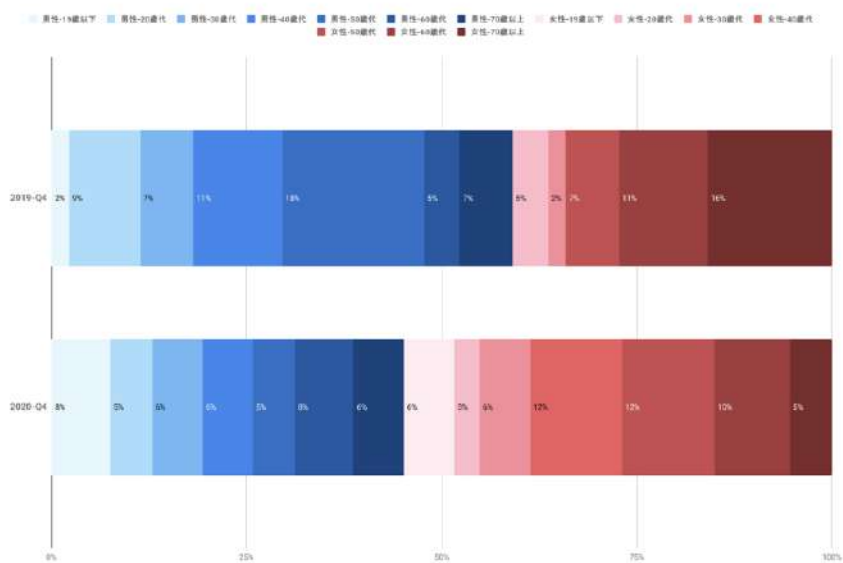
-  街並みに対する満足度
-  体験レジャーの満足度
-  再訪意欲も微減

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。

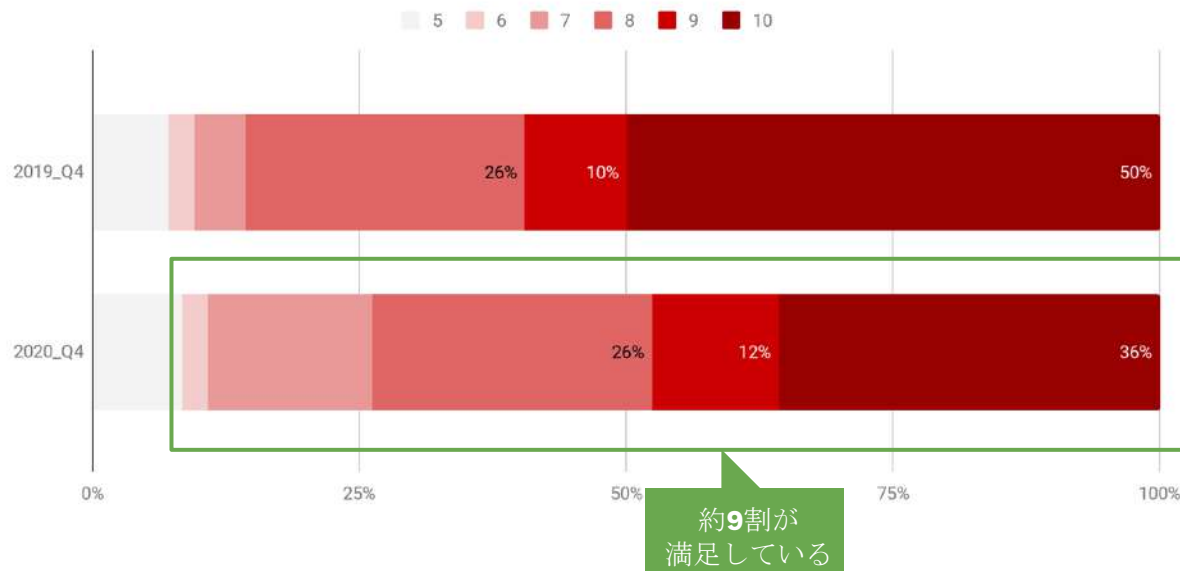
M-1. 未来館-出発地別



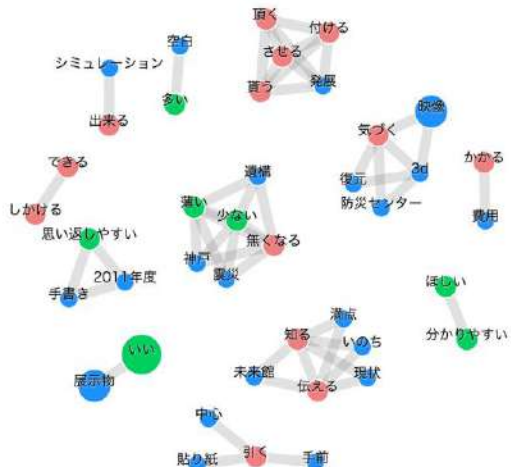
M-2. 未来館-年齢別



M-3. 未来館-満足度



M-4. 未来館-改善点（要約）



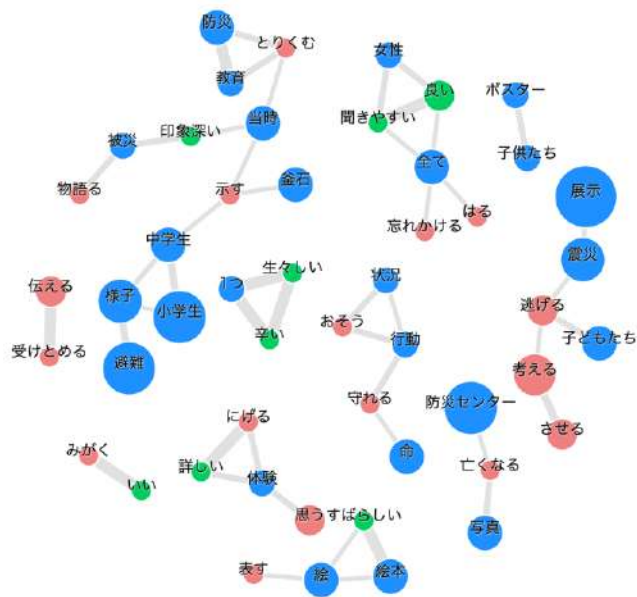
コンテンツに関する要望

- 体験型の何かがあると良い
- 3D復元映像は自動再生

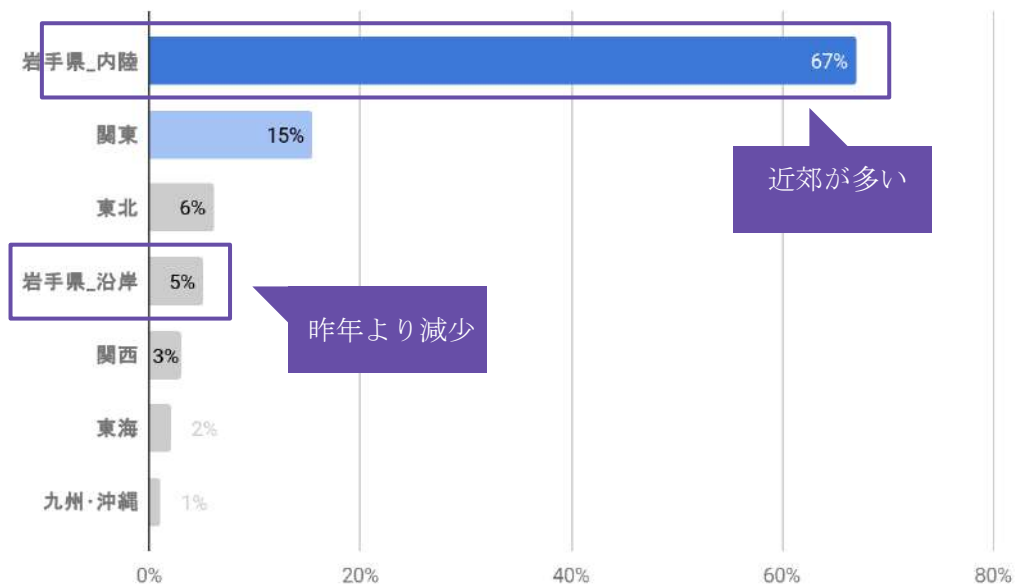
でも
設備に関する要望

- 震災資料の購入ができる
と良い
- 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

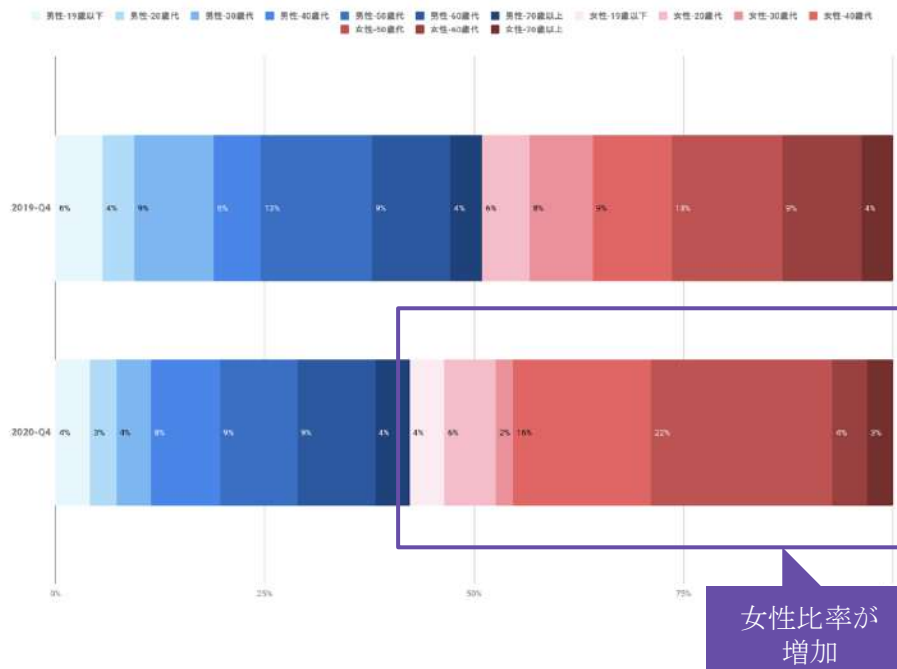
M-5. (参考) 未来館-印象に残ったもの



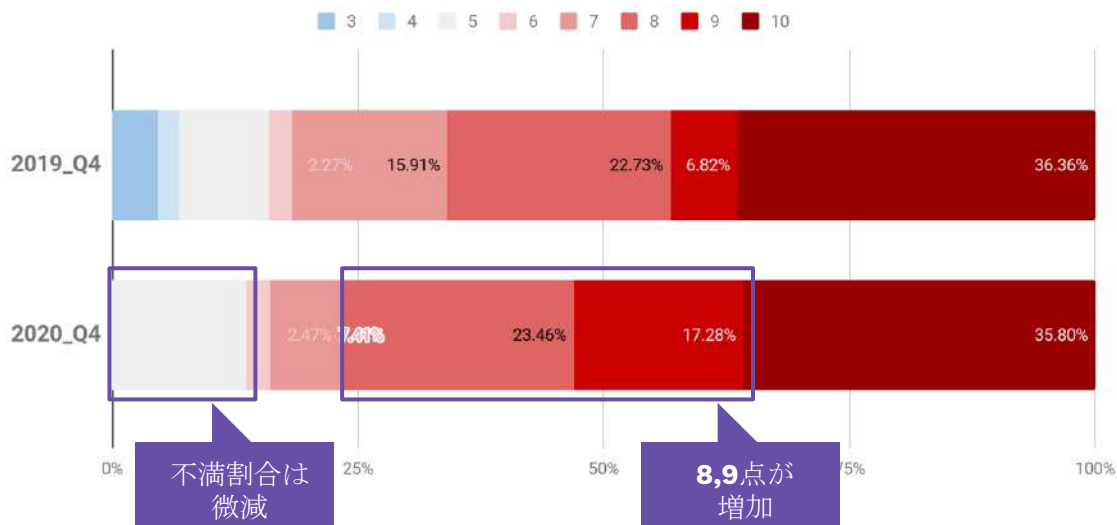
U-1. 魚河岸テラス-出発地別



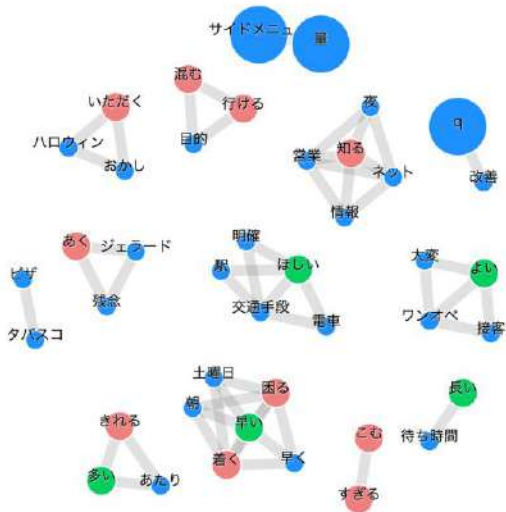
U-2. 魚河岸テラス-年齢別



U-3. 魚河岸テラス-満足度



U-4. 魚河岸テラス-改善点（要



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

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