

三陸地域における 観光マーケティング調査結果(H29)

(公財)さんりく基金 三陸DMOセンター

目次

1 調査の趣旨等

2 調査結果の概要

3 調査結果まとめ

4 今後の方向性

1 調査の趣旨等

- ・三陸観光に係る効果的な施策の企画・推進に資することを目的に、三陸地域宿泊者の属性や観光消費動向、満足度等を把握するため、H28年度に続き、実施したもの。
- ・さらに、今回の調査では、三陸観光のメインターゲットとするマーケットの一つである首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）在住の高所得者等の旅行嗜好やニーズを把握するための調査も実施した。

(1) 調査項目

- 三陸沿岸地域宿泊者等満足度調査
 - ・居住地、年齢等来訪者属性 ・ 来訪回数 ・ 来訪目的 ・ 旅行消費額 ・ 満足度
- 首都圏在住高所得者等向けアンケート調査
 - ・属性（年収、金融資産）・直近1年間の旅行実績
 - ・東日本大震災後の三陸沿岸地域への旅行実績

(2) 調査期間・調査対象数

三陸沿岸地域宿泊者等満足度調査

調査期間 : 平成30年1月～平成30年3月
調査方法 : 調査票による調査 有効回答数 600
調査対象 : 三陸地域の15宿泊施設への宿泊者

首都圏在住高所得者等向けアンケート調査

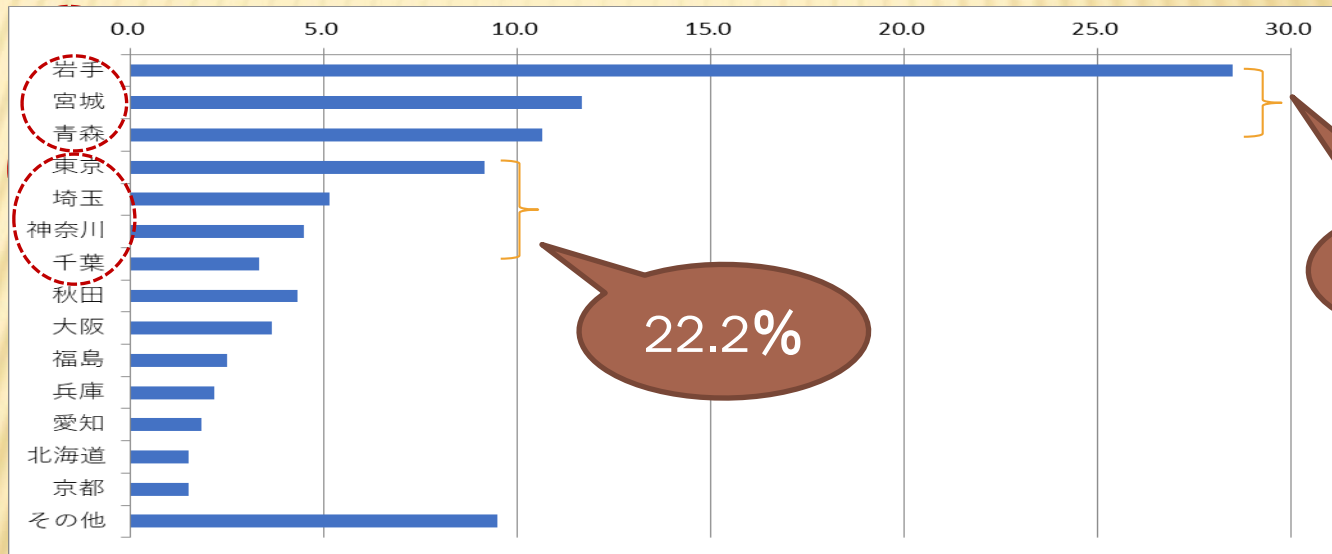
調査期間 : 平成30年2月
調査方法 : インターネットによる調査 有効回答数 1,000
調査対象 : 楽天リサーチにモニター登録している首都圏在住の年収1,000万円以上または保有金融資産3,000万円以上の高所得者等で、直近1年間に国内宿泊旅行をした人

2-1 調査結果の概要

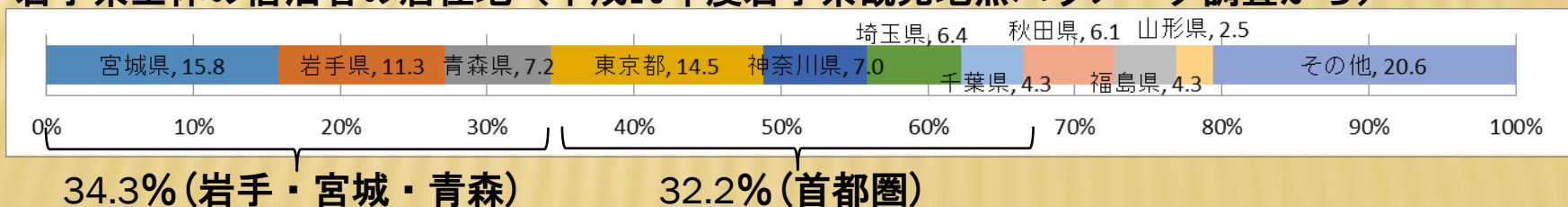
～三陸に宿泊する観光客について～

(1) 居住地

- 県内が約3割。宮城・青森を含めた3県で約5割。
- 東京からは約1割。首都圏（東京・埼玉・千葉・神奈川）では2割超。
- 岩手県全体の宿泊者では、県内は1割にすぎず、宮城・青森を含めた3県と、首都圏が3割強でほぼ並ぶ。
- 三陸は県全体と比べて、県内からの宿泊者が多く、首都圏からは少ない。

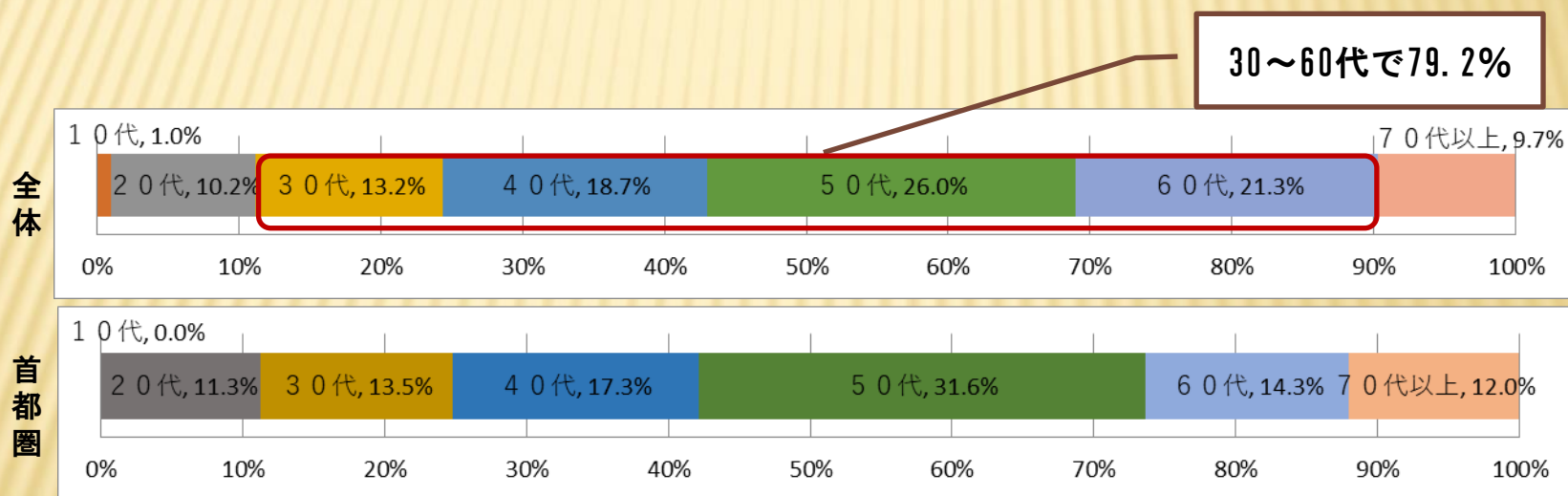


岩手県全体の宿泊者の居住地（平成29年度岩手県観光地点パラメータ調査から）

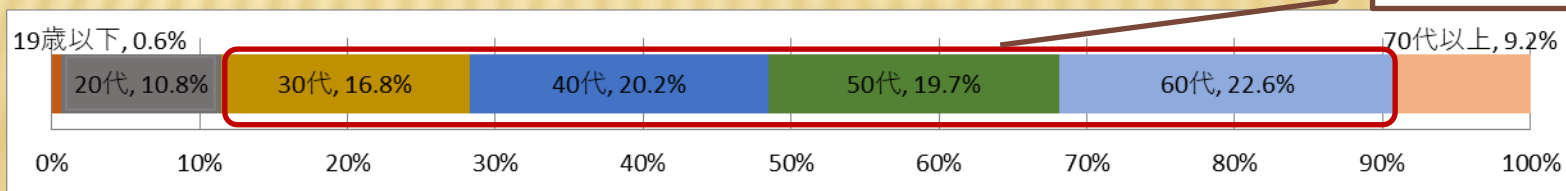


(2) 年代

- 50代が最も多く、40・60代と合わせ7割弱。30代～60代で約8割。首都圏からの宿泊者の年代構成もあまり変わらない。
- 岩手県全体の宿泊者では、40・50・60代が、それぞれ約2割。30代も2割弱で、30代～60代で約8割。
 - 三陸は県全体と比べて、30・40代の宿泊者が少なく、50代が多い。

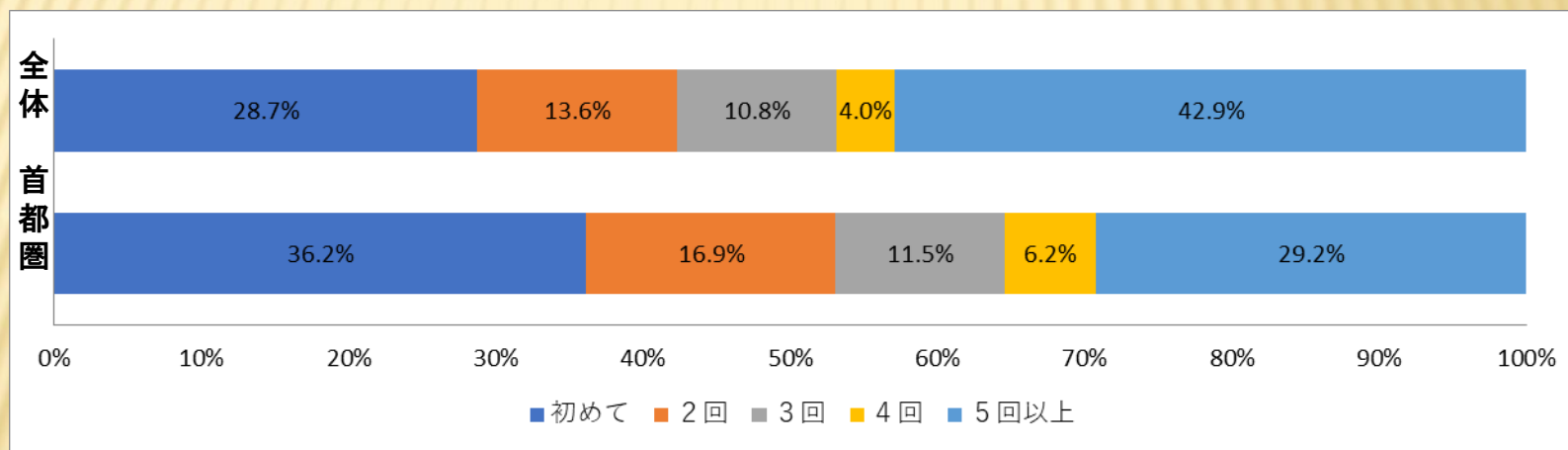


岩手県全体の宿泊者の年代（平成29年度岩手県観光地点パラメータ調査から）

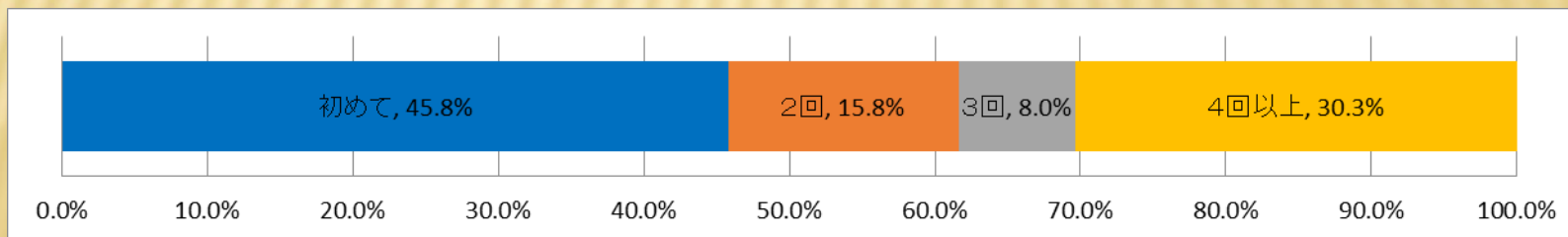


(3) 来訪回数

- 多数回（5回以上）の人が4割超。一方、初めて訪れる人は、約3割。首都圏からの宿泊者に限ると、初めて訪れる人は、4割弱。
- 岩手県全体の宿泊者で、調査地点の観光地を訪れた回数をみると、初めての来訪者は5割弱。
- 三陸は県全体と比べて、初めて訪れる宿泊者の割合は低い。

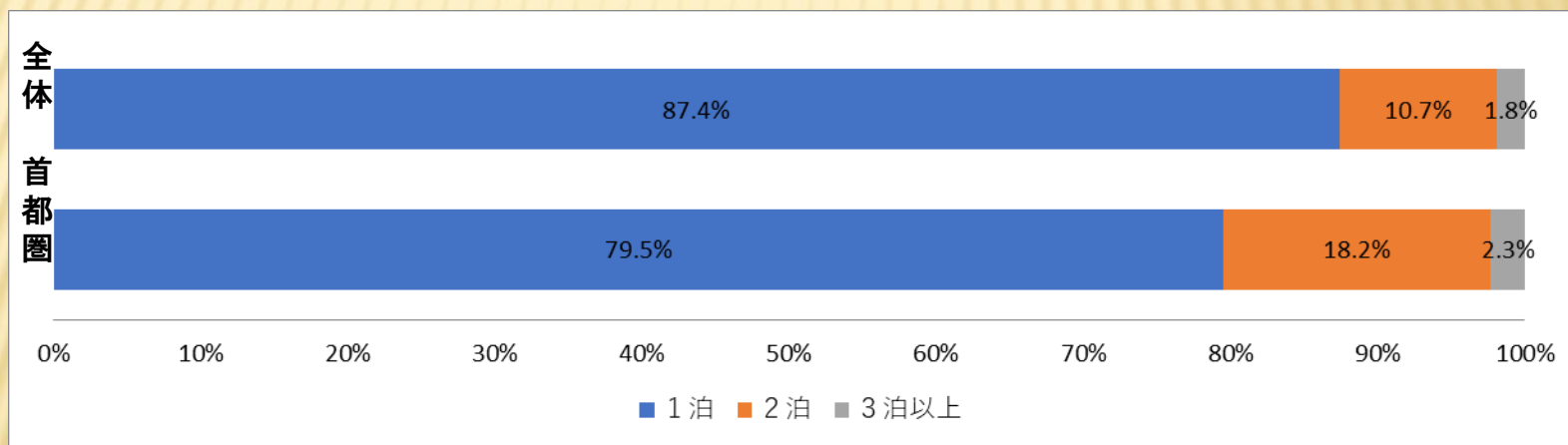


岩手県全体の宿泊者の調査地点来訪回数（平成29年度岩手県観光地点パラメータ調査から）

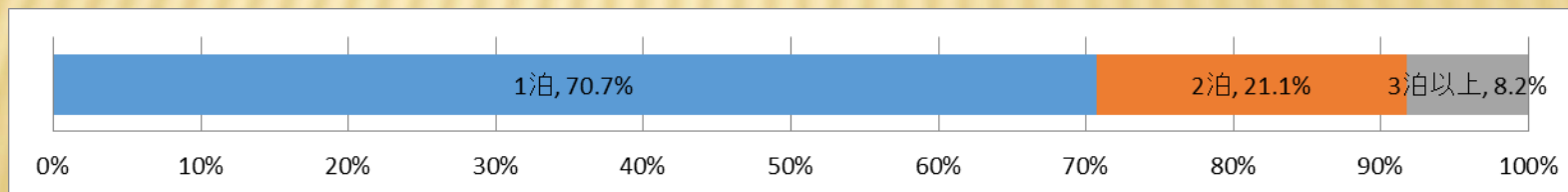


(4) 宿泊日数

- 1泊が9割弱。2泊が約1割。ほとんどの人が短期間の宿泊。平均1.17泊。首都圏からの宿泊者に限ると、1泊が8割。2泊以上が2割。平均1.24泊。
- 岩手県全体では2泊以上が3割。平均1.49泊。
- 三陸は県全体と比べて、宿泊日数が少ない。

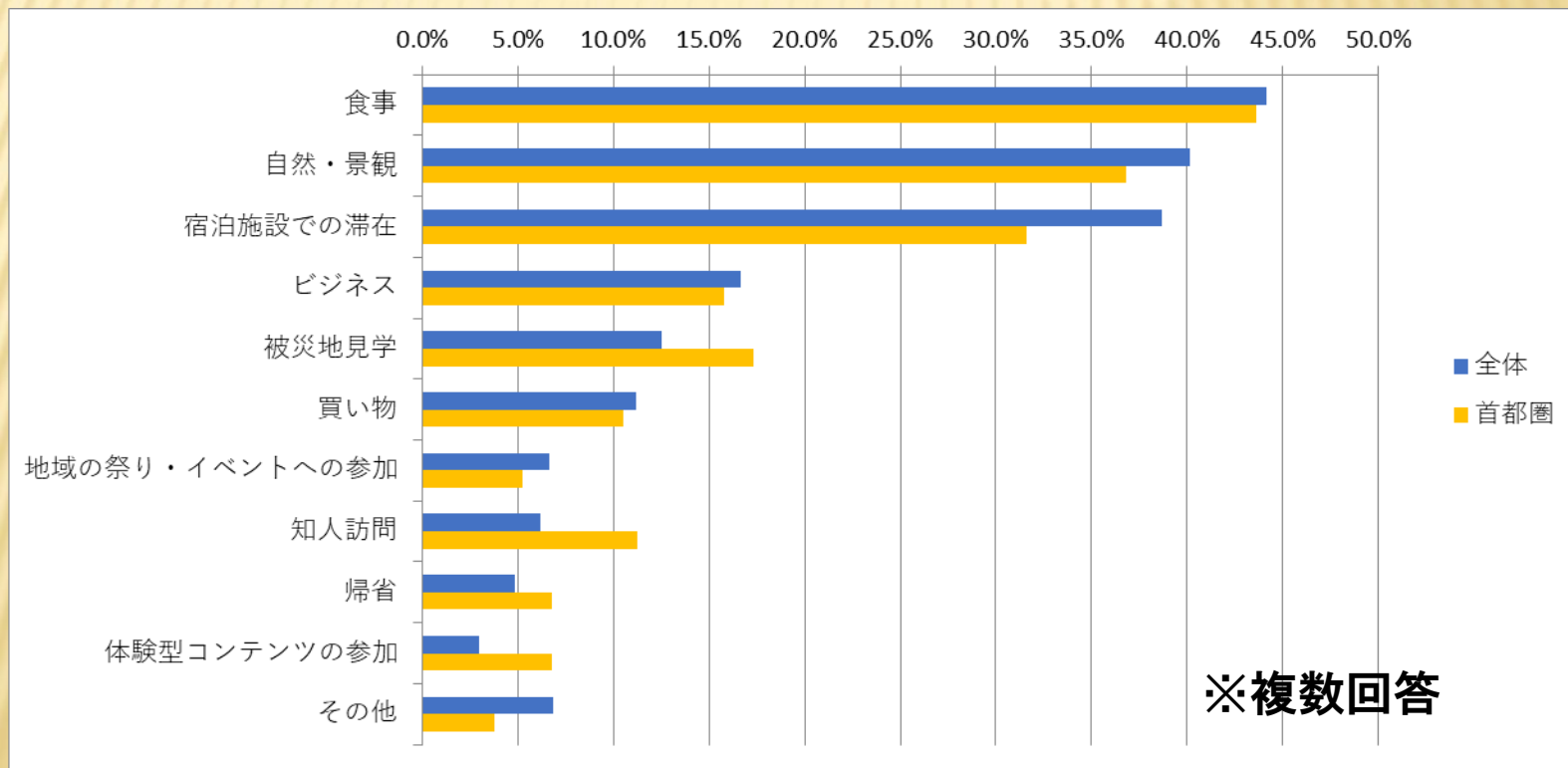


岩手県全体の宿泊者の宿泊日数（平成29年度岩手県観光地点パラメータ調査から）



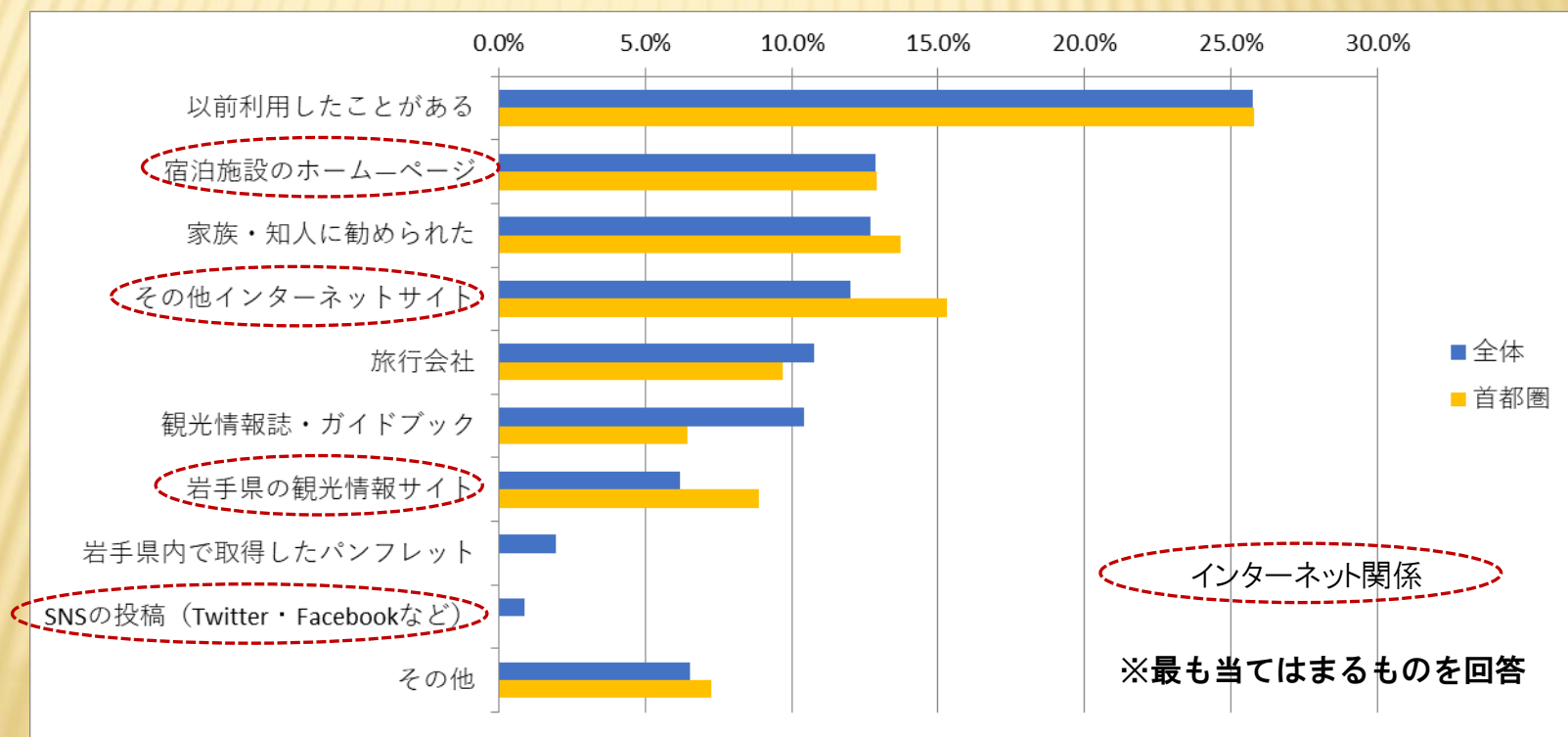
(5) 旅行目的

- 「食事」「自然・景観」「宿泊施設での滞在」の割合が高い。
- 首都圏からの宿泊者に限ると、全体に比べ、「宿泊施設での滞在」の割合が少なく、「被災地見学」「知人訪問」「体験型コンテンツの参加」の割合が高い。



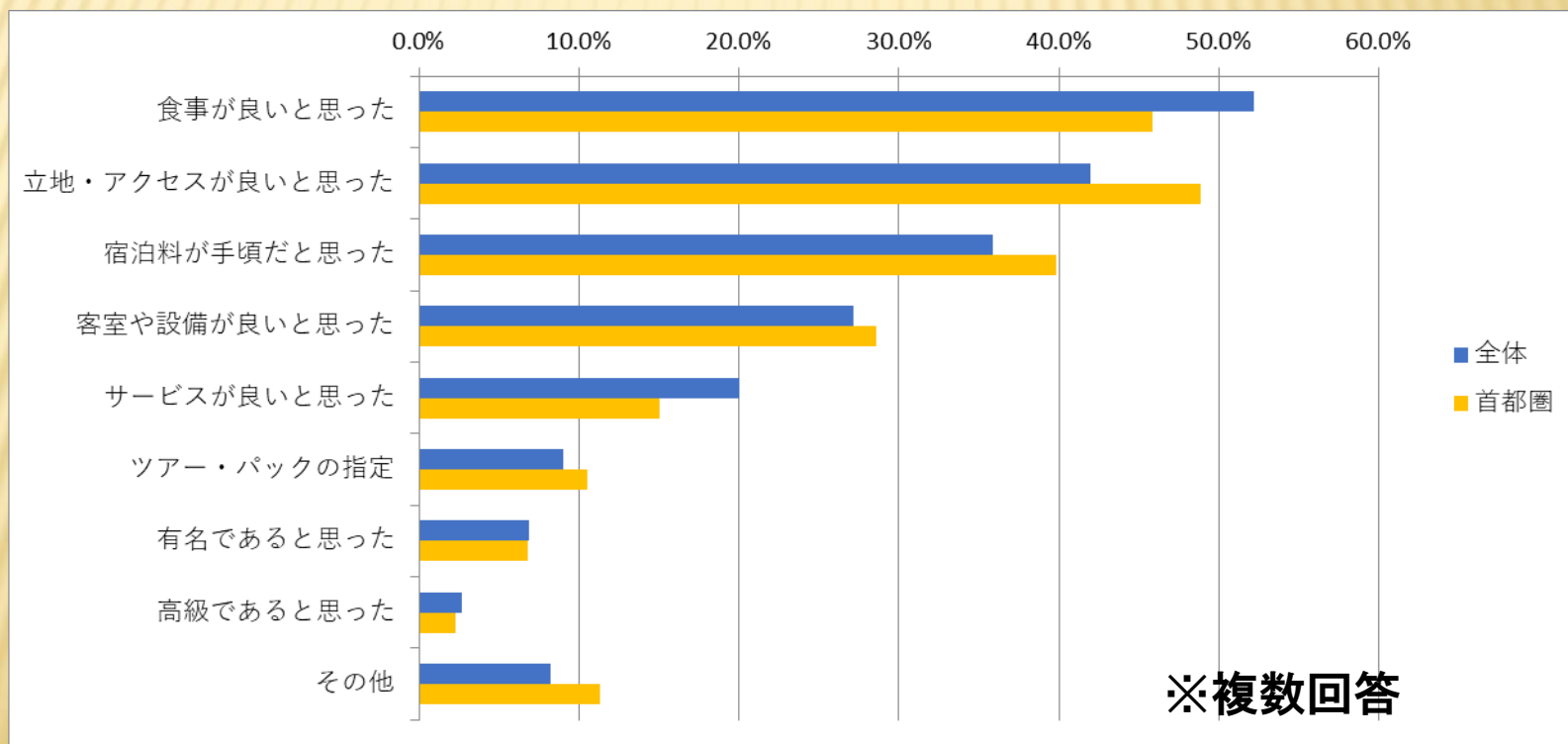
(6) 旅行目的の情報源

- 「以前利用したことがある」が最も多い。
- 宿泊施設ホームページなどの「インターネット関係」全体で 31.9%。
首都圏からの来訪者では、「インターネット関係」全体で 37.1%で、さらにその割合は高い。



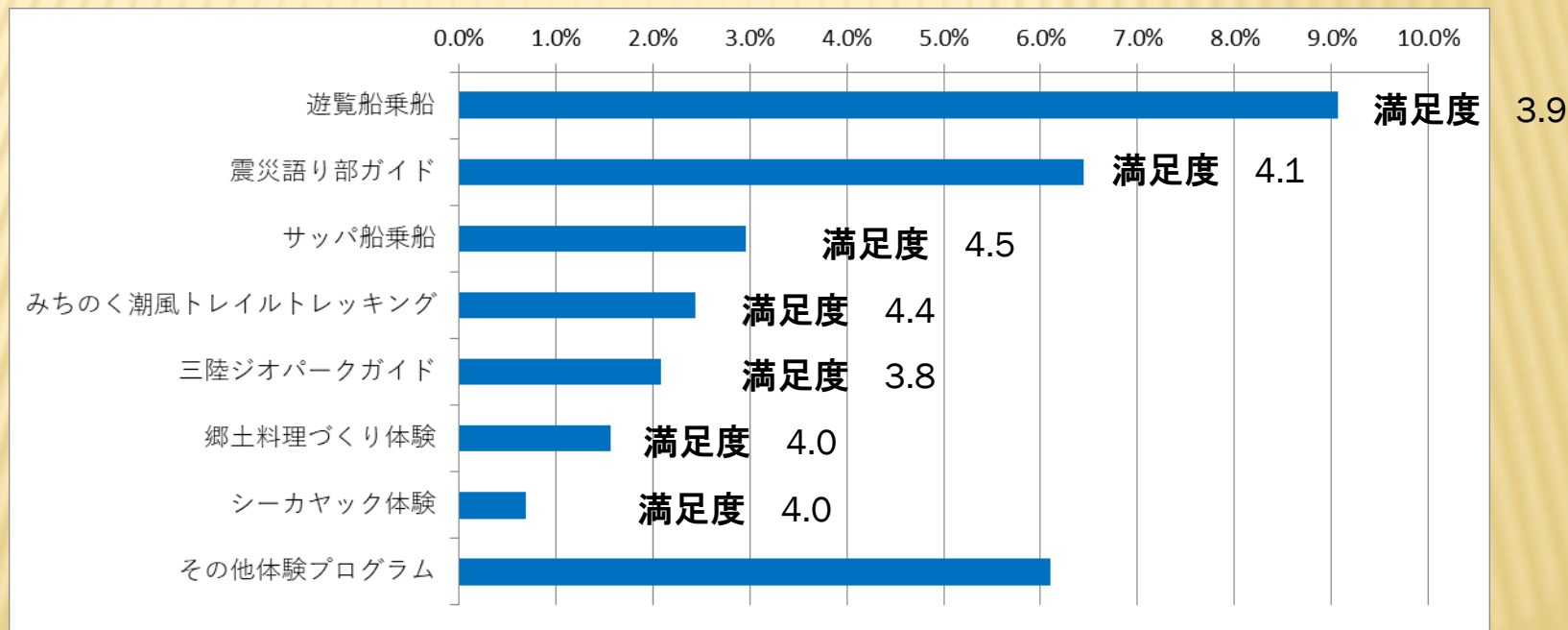
(7) 宿泊施設選定の理由

- 「食事」「立地・アクセス」「宿泊料」「客室・設備」「サービス」の順。
首都圏からの宿泊者に限ると、「食事」よりも「立地・アクセス」の方が割合が高い。



(8) 体験する観光コンテンツと満足度

- 「遊覧船乗船」「震災語り部ガイド」「サッパ船乗船」の順。
満足度が一番高かったのは、サッパ船乗船。



満足度は1(不満), 2(やや不満), 3(どちらでもない), 4(やや満足), 5(満足)の5段階で評価。

(9) 一人一日当たりの旅行消費額

- 宿泊者平均 11,201円（交通費を除く）。
- 宿泊数が多くなるほど、旅行消費額も増える傾向。
特に、飲食費（1泊1,291円→2泊1,942円：一人一日当たり）
買い物代（1泊1,404円→2泊2,640円：一人一日当たり）が増える傾向

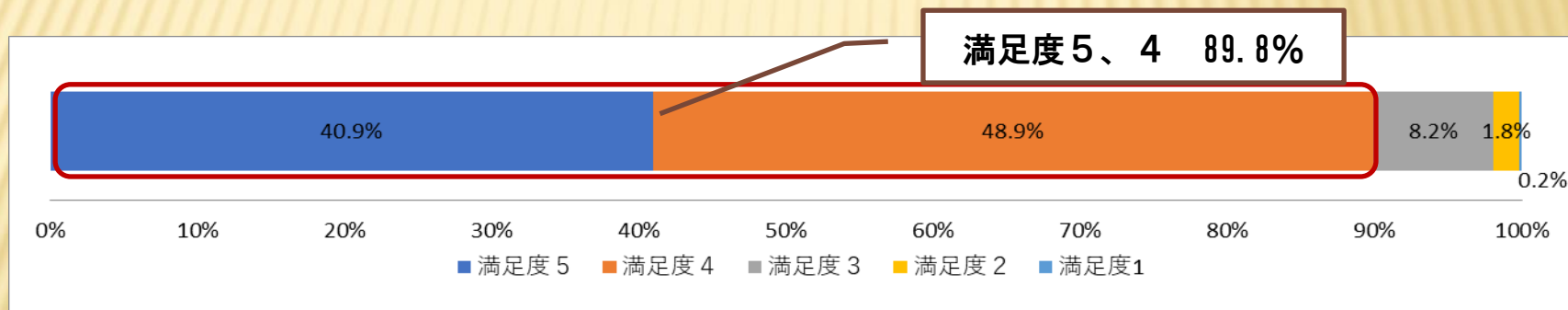
三陸地域旅行消費額(予定含む。交通費を除く。未回答・ゼロ回答除く)

	旅行消費額(一人当たり)	一日当たり
1泊	21,584円	10,792円
2泊	41,990円	13,997円
3泊以上	—	14,564円

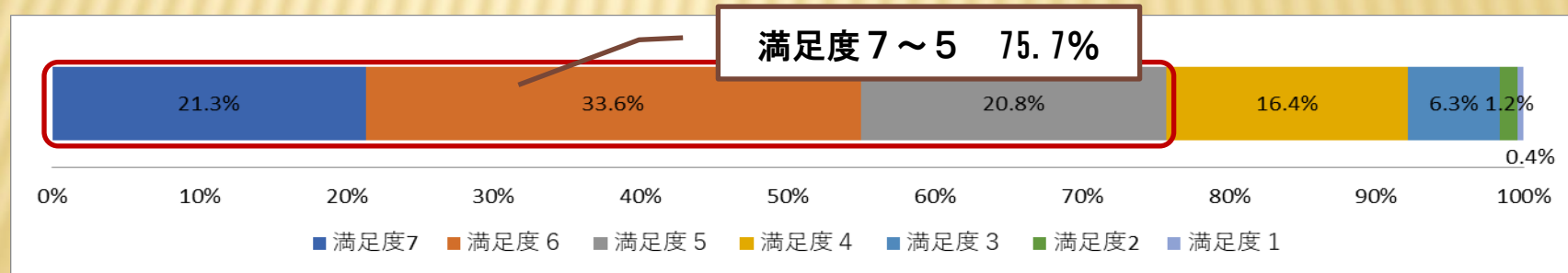
(10) 旅行全体の満足度

満足度を5段階で評価。5=満足 4=やや満足 3=どちらでもない 2=やや不満 1=不満

- 満足（満足度5、4）を感じている人の割合は約9割。
不満（満足度2、1）を感じている人は、わずか2%。
- 三陸来訪者を対象にしたH28年度調査（日帰り客が約7割）に比べ、満足度は高い。



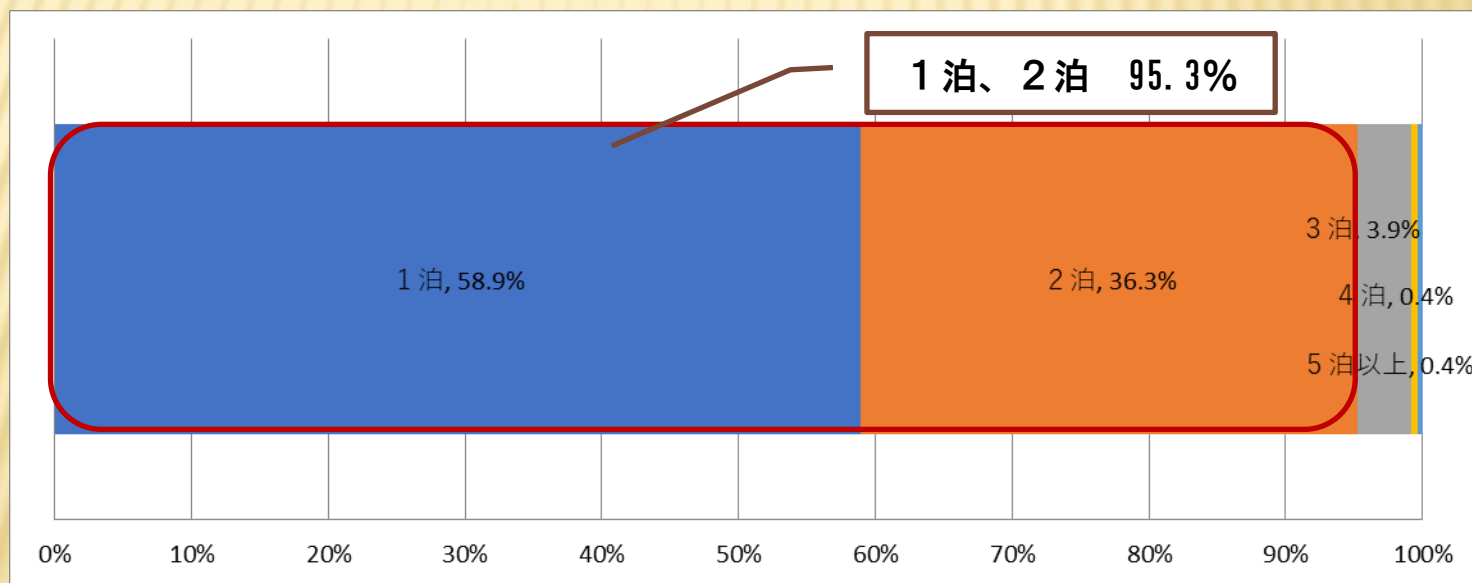
H28年度調査 7段階で調査。7（大変満足）～5（やや満足）で75.7%



※H28年度は三陸観光地での調査で、約7割が日帰り客。三陸への宿泊客は約2割。

(11) 次回三陸に旅行する場合の宿泊数

- ほとんどの人が2泊までの短期間の宿泊（95.3%）
平均1.47泊（5泊以上は5泊で計算）。
実際の宿泊の平均は1.17泊なので、再訪問により滞在が長くなることが期待される。



2-2 調査結果の概要

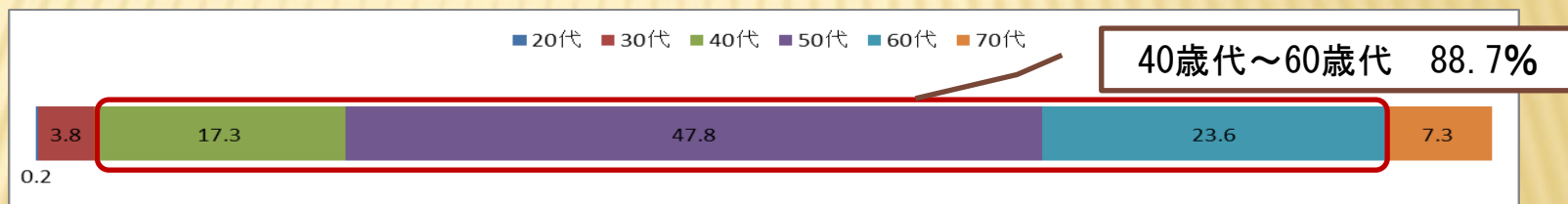
～首都圏在住高所得者等の旅行嗜好～

(1) 回答者の属性

首都圏在住の年収1,000万円以上または保有金融資産3,000万円以上で、この一年間に国内宿泊旅行をした人を対象にしたアンケート調査

- 年齢 平均55.9歳。
「50代」が最も多く、「40代」「60代」を合わせると約9割。
- 年収 「1,500万円以上」が約2割。
- 金融資産 「1億円以上」が2割超。

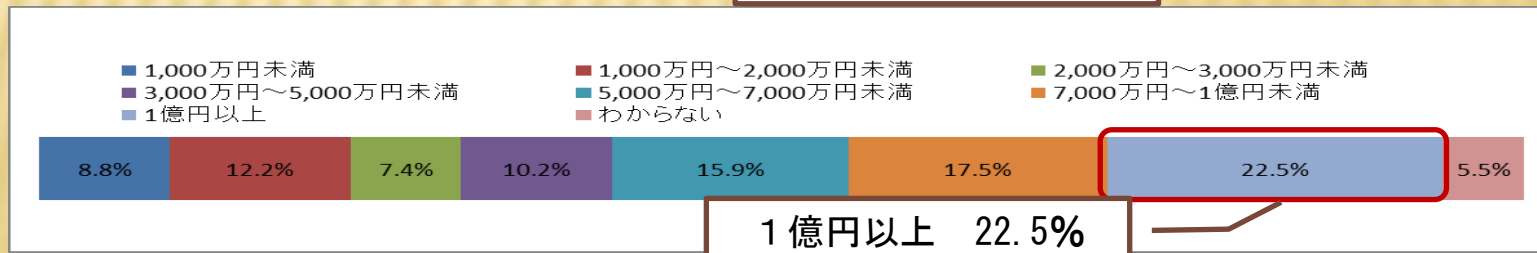
年齢



年収

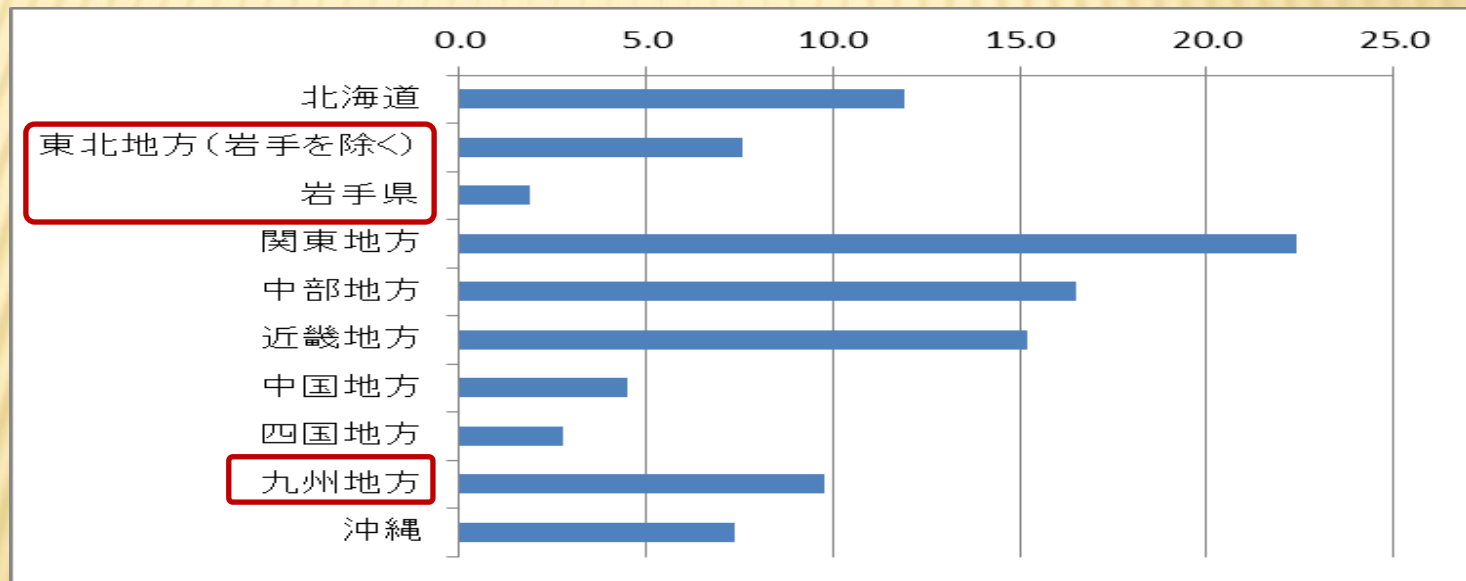


金融資産



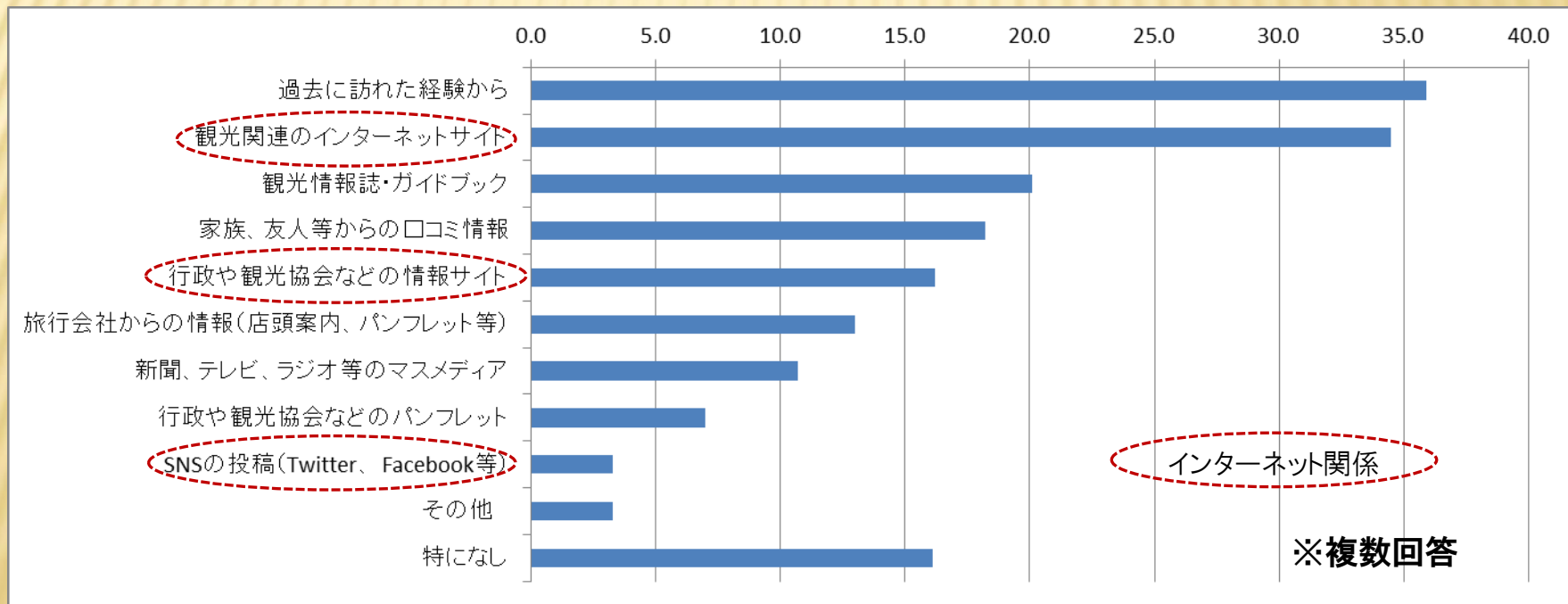
(2) 直近1年間の国内宿泊旅行 — 旅行先 —

- 直近1年間の国内宿泊旅行で訪れた主な地域
- 一番多いのは関東。
岩手を含めた東北は九州と同程度で、沖縄よりも多い。



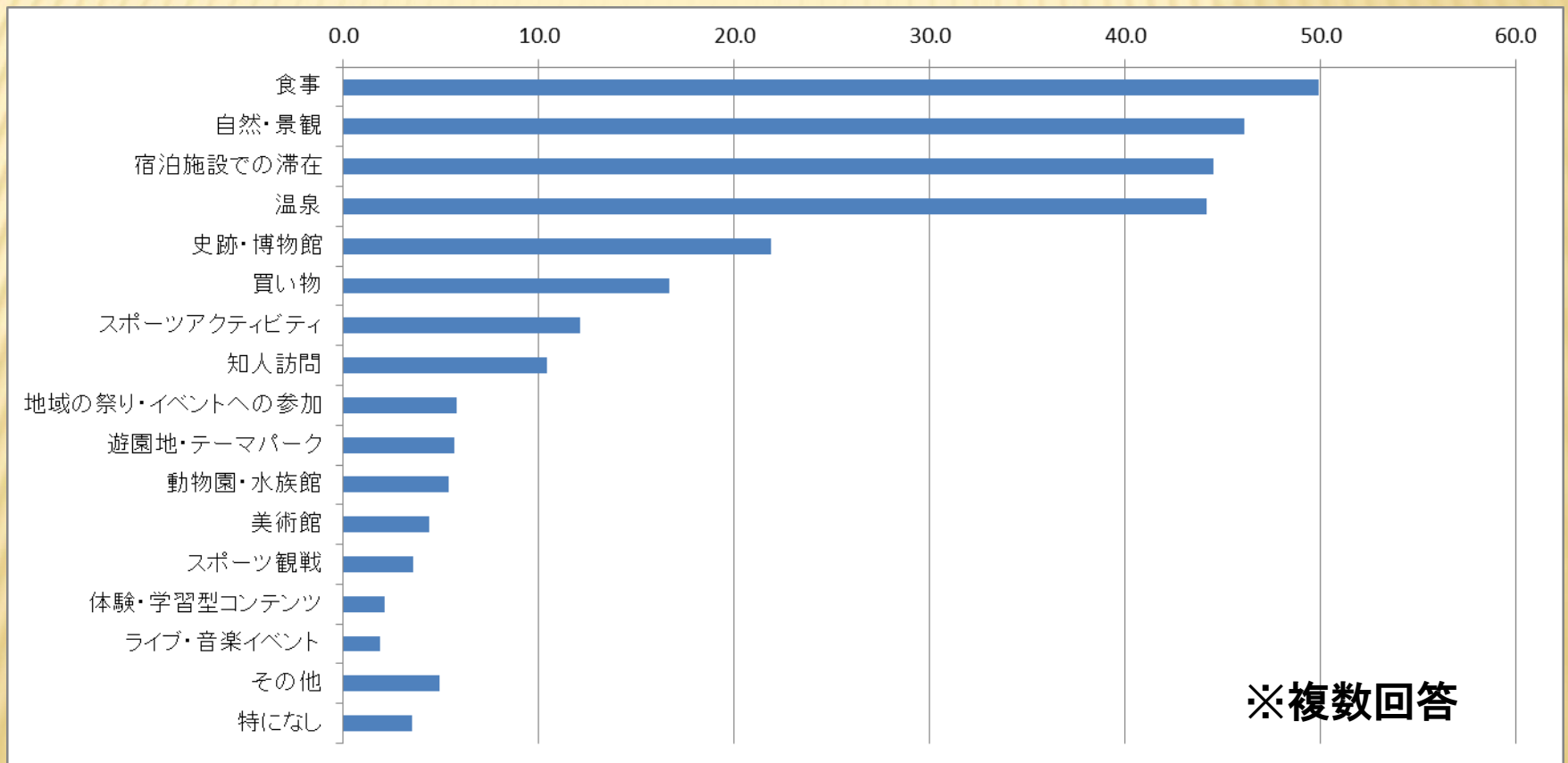
(3) 直近1年間の国内宿泊旅行 — 情報源 —

- 旅行先を選んだ情報源。「過去に訪れた経験から」が最も多い。
- 観光関連のインターネットサイトなど、「インターネット関係」全体で 54.0%。



(4) 直近1年間の国内宿泊旅行 — 旅行目的 —

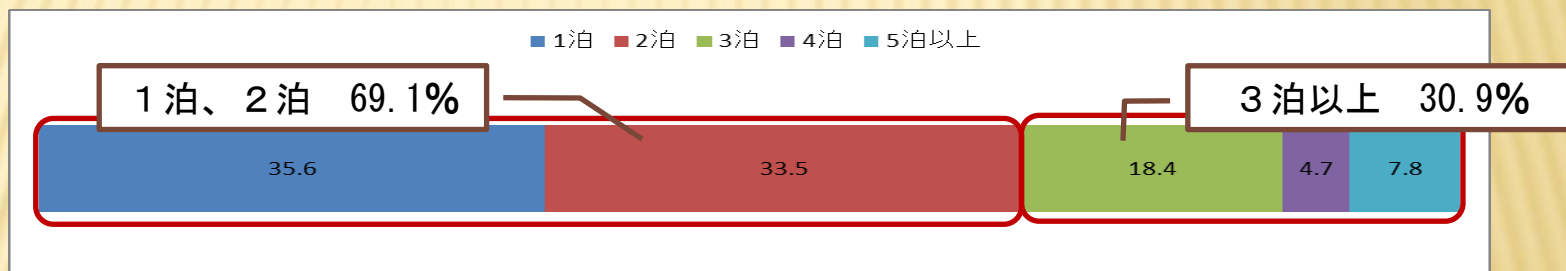
- 旅行目的は「食事」「自然・景観」「宿泊施設での滞在」「温泉」の順で、これら4つが4割を超えている。



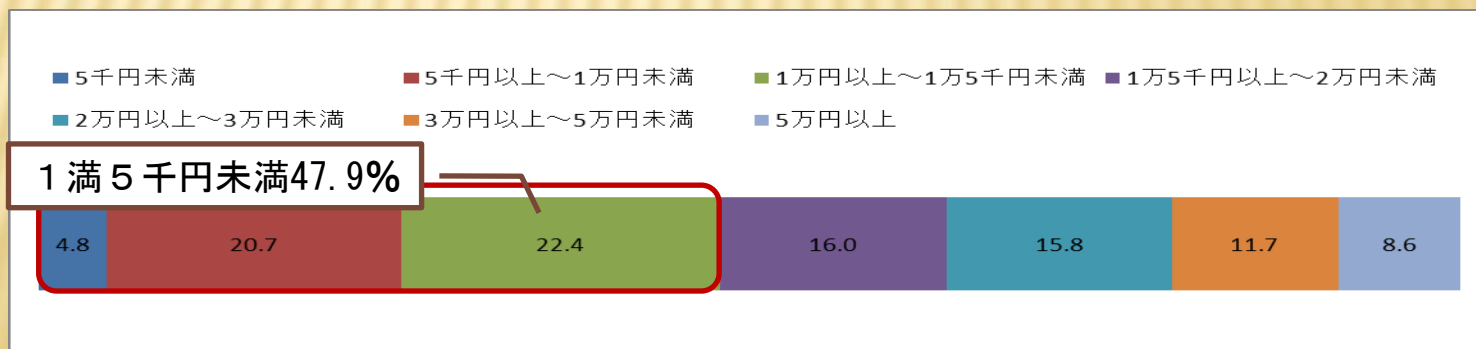
(5) 直近1年間の国内宿泊旅行 — 宿泊数 —

- 宿泊数は、2泊までの旅行が約7割。3泊以上が約3割。平均2.16泊（5泊以上を5泊で計算）
- 1泊当たり宿泊費は「1万円～1万5千円未満」が最も多く、1万5千円未満が約5割。

宿泊数



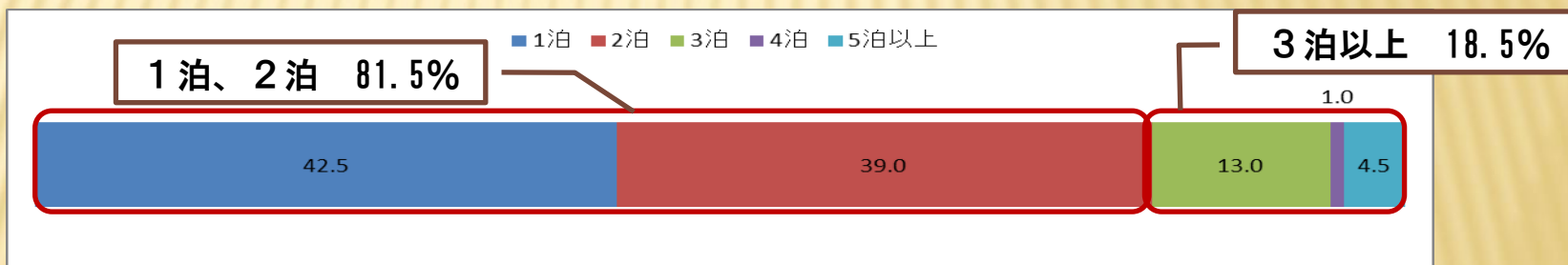
宿泊費



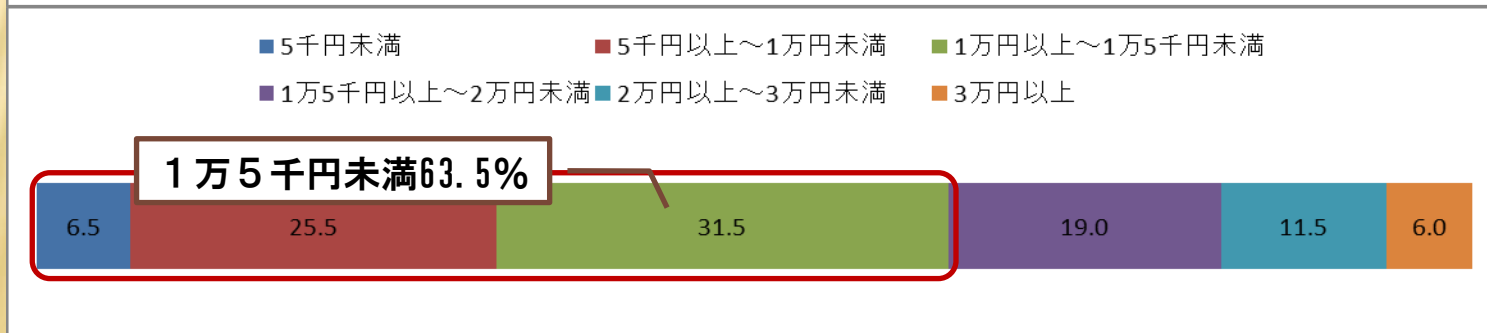
(6) 三陸地域への宿泊

- 東日本大震災以降に、三陸に宿泊した人は全体の2割。
- 宿泊数は、2泊までの旅行が約8割。3泊以上が約2割。5泊以上も4.5% 平均1.90泊（5泊以上を5泊で計算）。三陸宿泊者への調査よりも、宿泊数は多い。
- 1泊当たり宿泊費は「1万円～1万5千円未満」が最も多い。1万5千円未満の割合は約6割で、直近1年間の国内宿泊旅行よりも宿泊費は低い。

宿泊数



宿泊費



3 調査結果まとめ

三陸に宿泊する観光客とは

居住地	県内が約3割。県内・青森・宮城が約5割。首都圏が2割超。
年代	50代、60代、40代、30代の順。30～60代で約8割。
来訪回数	多回数（5回目以上）の者が4割超。初来訪は約3割。 首都圏からの宿泊者に限ると、初来訪は4割弱。
宿泊日数	ほとんどが2泊まで（98.1%）。平均1.17泊。
旅行目的	「食事」「自然・景観」「宿泊施設での滞在」の順。 首都圏からの宿泊者に限ると、全体に比べ、「宿泊施設での滞在」が少なく、「被災地見学」「知人訪問」「体験型コンテンツの参加」が多い。
旅行目的に関する情報源	インターネット関係で3割強。以前の利用経験が約25%。 首都圏からの宿泊者に限ると、インターネット関係の比率は上がり、4割弱。
宿泊施設選定の理由	「食事」「立地・アクセス」「宿泊料」「客室・設備」「サービス」の順。 首都圏からの宿泊者に限ると、「食事」よりも「立地・アクセス」の方が多い。
一人・一日当たり旅行消費額（交通費を除く）	平均11,201円。宿泊数別では、1泊10,792円、2泊13,997円、3泊以上14,564円。宿泊数が多いと、旅行消費額は増える傾向があり、特に飲食費と買い物代が増える。
旅行全体満足度	満足を感じている人が約9割。一方、不満を感じている人は、わずか2%。
次回、三陸旅行する場合の宿泊数	ほとんどが2泊まで（95.3%）。平均1.47泊で、実際の旅行よりも長い。

首都圏在住高所得者等の旅行嗜好

首都圏在住の年収1,000万円以上または保有金融資産3,000万円以上を対象にした調査

年代（回答者属性）	50代、60代、40代の順。40～60代で約9割。
年収（回答者属性）	年収1,000万円～1,500万円は5割弱。1,500万円以上が2割。
金融資産（回答者属性）	3千万以上が7割強、1億円以上は2割強。
直近一年間の国内宿泊旅行先	一番多いのは関東で2割強。岩手(1.9%)を含めた東北(9.5%)は約1割で、九州(9.8%)と同程度。沖縄(7.4%)よりも多い。
直近一年間の国内宿泊旅行先を選んだ情報源	過去に訪れた経験(35.9%)がトップだが、観光関連のインターネットサイト(34.5%)、行政や観光協会などの情報サイト(16.2%)などインターネット全体で5割強(54.0%)。
直近一年間 国内宿泊旅行目的	旅行目的は食事、自然・景観、宿泊施設での滞在、温泉の順。
直近一年間の国内宿泊旅行の宿泊数について	宿泊数は、2泊までの旅行が約7割(69.1%)。3泊以上が約3割。平均2.16泊(5泊以上を5泊で計算)。1泊当たり宿泊費は「1万円～1万5千円未満」が最も多く、1万5千円未満が約5割。
三陸地域への旅行の宿泊数について	東日本大震災以降に、三陸に宿泊した人は全体の2割。宿泊数は、2泊までの旅行が約8割(81.5%)。3泊以上が約2割。平均1.90泊(5泊以上を5泊で計算)。今回実施した三陸地域への宿泊者調査よりも宿泊数が多い。1泊当たり宿泊費は「1万円～1万5千円未満」が最も多く、1万5千円未満が約6割。

4 今後の方向性

高い満足度とリピートの多さ

まずは一度来訪させる仕掛けを作る

- 情報発信の充実・強化
 - 三陸情報に特化し、「新鮮な生の情報」をホームページで積極的に発信
 - 三陸の地域資源に関心を持ってもらうプロモーションの展開
- 三陸の地域資源を生かした体験プログラムの開発と情報発信

短期間の旅行がほとんど

長く滞在してもらおう仕組みを作る

**→ 三陸の多彩なコンテンツを組み合わせた
周遊・宿泊型旅行のセールスを推進**

- 体験プログラム等を組み合わせ、滞在時間・訪問箇所数の増により観光消費拡大を狙う旅行商品造成の促進
- 道路の整備等の交通利便性向上や、三陸鉄道リアス線開通を活かした新しい観光ルートの構築
- 宮古室蘭フェリー就航による北海道からの誘客と周遊

本県への旅行者が三陸まで訪れていない

**地域別では首都圏・海外への売込み、
年代別では若年層への売込みを強化する**

- 復興道路や復興支援道路の開通により、首都圏から三陸へのアクセスは大幅に向上
- 大都市圏を中心に、様々な「つながり」も生かした誘客の促進
- 三陸防災復興プロジェクト2019、ラグビーワールドカップ2019™釜石開催に向けた誘客促進
- クルーズ船誘致や、いわて花巻空港と国際定期便により結ばれた台湾からの誘客促進

観光消費の向上を目指すために

**地元食材等の産品を活用した
高付加価値の旅行商品づくりの促進などによる
観光消費の向上を目指す**

- 多くの人々が旅行目的として挙げる「食」を中心とした高付加価値旅行商品の造成
- 豊かな食やハイグレードのおもてなしを提供する旅行商品の開発



三陸DMOセンターとして特に注力する事項

① 人（体制）をつくる！

- 三陸の強みを活かした観光地づくりを担う体制の構築

② 稼ぐ商品をつくる！

- 「食」を中心とした高付加価値旅行商品の造成支援と販売促進
- 体験プログラム等を組み合わせ、滞在時間・訪問箇所数の増により観光消費拡大を狙う旅行商品造成の促進

③ 日本の三陸から世界の三陸へ！

- 三陸防災復興プロジェクト2019、ラグビーワールドカップ2019™釜石開催等の機会も生かし、インバウンドの拡大を図る