

# 令和6年度 マーケティング調査 結果報告 (抽出版)

令和7年3月21日

観光マネジメントボード遠野

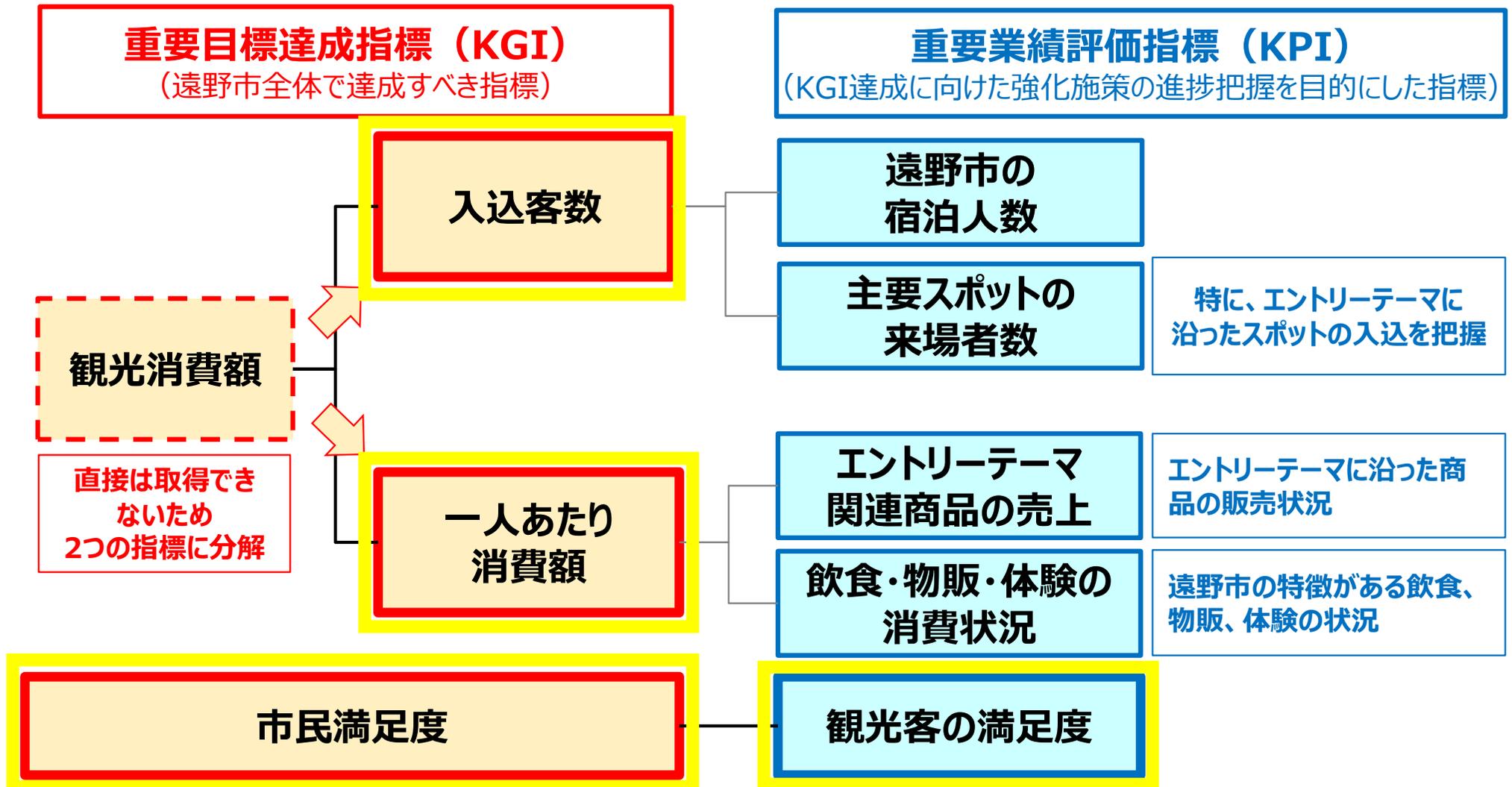
(事務局：遠野ふるさと商社 観光マネジメント部門)

# 調査目的

遠野市観光基本推進計画において、観光に取り組む目的は、以下のように位置付けている。

**遠野市での観光活性化の目的 = 地域経済の活性化 + まちづくりの総仕上げ**

遠野市における観光活性化の評価を以下の指標でモニタリングする。



# 遠野市の観光の現状ダイジェスト

## 観光客の入込数

→未回復

年間**145万人**で昨対比**102%**だが、コロナ前**85%**と未回復。

## 観光消費額

→増加

R5年**4,904円**→R6年**6,184円**と増加。

## 市民満足度

→現状維持

住み続けたい人の割合はR5年**71.5%**→R6年**71.1%**と横ばいで現状維持。

## 観光客の満足度

→現状維持

**86.7%**と高評価を維持。項目別では増加がみられる。

# R6年度来訪者調査（繁忙期）概要

期間	R5年8月26日（土）～10月14日（日）の50日間（R4年度23日間）		
調査対象	市外からの来訪者		
調査方法	①調査員による対面調査 ②宿泊施設におけるWeb調査 ③観光施設におけるWebアンケート		
回収サンプル数	有効回答841件/400件目標 （調査員による対面199件/目標200件+Web642件/200件）		
調査場所	①調査員による対面調査 9月14日（土）-15日（日） の2日間  調査員配置場所 ・道の駅 風の丘 2名 ・旅の蔵遠野 1名	②宿泊施設におけるWeb アンケート  チェックイン時にQRコード 掲載の名刺サイズカード を配布。  対象は入込調査対象施設と 遠野マップ掲載施設+農家 民泊等計29施設。	③観光施設におけるWeb アンケート  QRコード掲載のチラシ・ ポスターを下記に掲示。  ①道の駅 風の丘 ②道の駅 みやもり ③旅の蔵遠野 ④カッパ淵 ⑤たかむろ水光園 ⑥伝承園 ⑦こども本の森遠野 ⑧とおの物語の館 ⑨遠野ふるさと村 ⑩高清水展望台 ⑪博物館

# R6年度来訪者調査(繁忙期)結果のポイント

## 来訪者の属性

→**県外からの来訪者が増加。**

日帰り、宿泊共に県外からの割合が増加。

## 来訪の目当て

→「遠野物語」、ジンギスカン、ビール、郷土料理などが上昇。

目的をもって来訪する旅行者が増加。

## 来訪した場所

→周遊スポット数は2.93と昨対比**0.62ポイント増加。**

日帰り・宿泊ともに「市立博物館」「とおの物語の館」の数値がUP。

## 観光情報の入手元

→**事前にWeb等で調べて来訪している割合が増加**

「遠野時間」ホームページや宿泊施設等のホームページなどから情報を得ている。

## 観光消費額

→**一人当たりの観光消費額6,184円**

特に飲食（昼食と間食）、お土産（加工食品）の消費額が増加。

## 満足度

→**86.7%と高い満足度を維持**

特に「体験」「住民のおもてなし」が向上。

# 行動分析

## 来訪の目当て

→「遠野物語」、ジンギスカン、ビール、郷土料理などが上昇

- 全体の回答%自体もUPしており目的をもって来訪している人が増えている印象。
- パンフレットなどのイメージ効果の影響か。

<その他の回答>

- ・ カッパ捕獲許可証の更新
- ・ 市立博物館の展示
- ・ はむカッパの捕獲
- ・ 東方projectの聖地めぐり

		単位 % (複数回答)	昨年との 順位比較
1位	自然景観を見たい	56.3	—
2位	カッパ淵に行きたい	41.8	—
3位	「遠野物語」の舞台を巡りたい	30.1	UP 昨年4位
4位	ジンギスカンを味わいたい	27.2	UP 昨年6位
5位	買い物をしたい	22.1	DOWN 昨年3位
6位	ビール・ホップドリンクを味わいたい	16.1	UP 昨年9位
7位	郷土料理を味わいたい	16.0	UP 昨年8位
8位	社寺参詣	14.0	DOWN 昨年7位
9位	その他	7.5	DOWN 昨年5位
10位	行催事・イベントへの参加	6.8	—
11位	アクティビティ、ツアーへの参加	1.0	UP 昨年12位
12位	特になし	0.9	DOWN 昨年11位

n=630

単位 %  
(複数回答)

昨年より数値  
はUP

# 行動分析

## 来訪の目当て

### <印象に残ったこと・よかったこと>

#### ジンギスカンへの興味関心急上昇

- 「ジンギスカン」に関するキーワードが頻出。「美味しかった」「値上がりしたが満足」という声が多数。パンフレットやメディアの影響か。
- 「蕎麦」「ジェラート」「ビール」「産直野菜」などもポジティブ評価多数。

#### 自然景観・カッパ淵は定番

- 「里山の景色が良い」「田園風景」「山がきれい」「雲海が見えた」など自然景観を目的とする人は多数。
- 「カッパ釣りが楽しい」「捕獲免許が面白い」「印象的」などカッパ淵は不動の目的地。
- 「世界観を感じる」「博物館で学べる」「民話が息づいている」など「遠野物語」を目当てに関連施設を巡る人も多い。

# 満足度

## 項目別満足度

→「体験」「住民のおもてなし」が向上

- R5年全体で50%程度だった「体験」の満足度が大きく向上。
- R5年課題であった買い物の満足度も増加。
- 観光施設の満足度も向上。

	全体	前年比	日帰り	前年比	宿泊	前年比
飲食	88.8	107%	88.8	107%	88.5	110%
宿泊	87.7	100%	—	—	87.7	100%
自然景観	92.5	101%	92.2	100%	94.9	100%
観光施設	87.9	109%	87.9	109%	86.8	114%
買い物	80.3	109%	81.4	109%	69.9	105%
体験	79.4	157%	79.5	159%	77.8	132%
住民のおもてなし	84.5	116%	84.1	118%	89.0	104%

n=841から「経験していない」「無回答」を除く  
「大変良かった」「良かった」の割合の合算

# 満足度

## <印象に残ったこと・よかったこと>

### おもてなしについて

- 「ホテルや飲食店の**接客が良い**」「タクシーやホテルの**対応が丁寧**」「民泊を体験。**おもてなしが素晴らしく**夜は獅子踊りの準備をしている場にも連れて行ってもらいました」などのホスピタリティ面。
- 「道に迷ったら**声をかけてくれた**」「地元の方が**親切**」など人の温かさを評価する声が多く見られた。

## <困ったこと・大変だったこと>

### 宿泊関連について

- 「宿泊先が少なく感じる」「宿の予約がインターネットでできなかった。」など予約手配に関する意見。
- 「宿泊施設のWi-Fiが繋がらない」「ネット環境が弱かった。」などネット環境面。
- 「ビジネスホテルが少ない」「インターネット予約できない宿がある」など。

### 観光施設について

- 市立博物館や伝承園などの展示が「**充実している**」「時間が足りないほど**見応えがある**」というポジティブ意見。

### 体験・ツアーについて

- (めぐり号のバスツアーで)「**語り部さんの話を生で聞けてとても良かった**。道の駅の食事もとてもおいしかった」
- 「バスツアーに参加し、**ガイドさんから色々な話を聞いたのが良かった**」など体験・ツアーに対する満足感。

### 施設環境について

- 「和式トイレがまだ残っており足が悪い人には辛い」
- 「キャッシュレス決済が少ない」

### 飲食について

- 「夜に一人で入れそうな飲食店が少ない」「朝、晩の飲食店が少ない」「営業中でもないと言われ、何軒も入店を断られるのが悲しかった」

# R6年度遠野市観光に関する市民アンケート概要

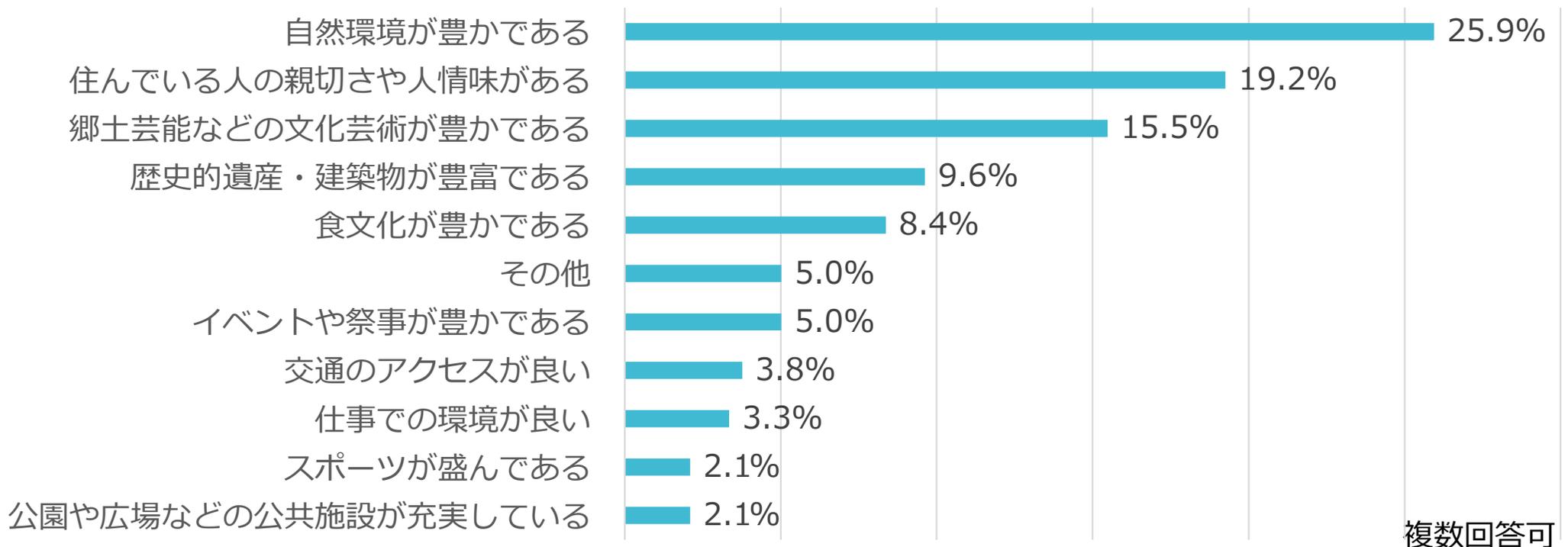
期間	令和6年11月7日（木）～令和6年12月6日（金）
調査対象	令和6年9月末時点で18歳以上の市内在住者
調査項目	定住意向 観光客の受入意欲 など
調査方法	①Webアンケート （「広報遠野」令和6年11月号にWeb回答フォームへのQRコードを掲載） ②市政なんでも相談箱に備え付けの回答用紙に記入し投函
回収サンプル数	有効回答111件/400件目標 （Webアンケートによる回答100件＋書面による回11件）

# 市民生活と観光振興について

## 遠野市で暮らすことに対して愛着はありますか？

R5年 **72.4%** (n=228) → R6年 **77.4%** (n=111)

### <理由について>



→ 昨年よりも愛着があると回答した方が増加した。

# 市民生活と観光振興について

## 自由回答の傾向

### 市民生活と観光のバランスを取る施策に関する意見が多い

- ・「観光施策を充実させるのは良いが、市民の暮らしの充実も同時に進めるべき」
- ・「市民が気軽に利用できる飲食店の整備など、住民にとってのメリットも考慮する必要がある」

### 観光地へのアクセスや宿泊施設については市民も課題として感じている

- ・「遠野駅から風の丘などの主要観光地へ、バス路線を整備すべき」
- ・「宿泊施設が少なく、観光客が花巻や釜石に宿泊する現状を改善し、滞在時間を延ばす施策が必要」

### 遠野の昔からの観光資源を活かしたコンテンツ開発への期待

- ・「座敷わらしの出る宿やカッパ伝説の場所など、まだ活用できる観光資源がある」
- ・「伝承地をマップ化し、ストーリー性のある観光を提供することで、遠野ならではの魅力を打ち出す」

# R5年の調査から得られた課題と施策の効果

課題	施策	成果
<p>プロモーションが弱く入込が少ない</p>	<p>一元的な情報発信・年間を通したプロモーション</p>	<p>昨年比微増に留まり入込は未回復</p> <p>飲食・体験の消費額増加がみられた 情報発信は引き続き強化が必要</p>
<p>飲食情報が発信されていない</p>		
<p>体験コンテンツが伝わっていない</p>		
<p>買い物ニーズに答えられていない</p>	<p>遠野ならではの お土産品開発</p>	<p>PR効果が消費額増加が見られたが伸びしろあり</p>
<p>交通が不便で情報もわかりにくい</p>	<p>交通の整備</p>	<p>整備の課題が残る</p> <p>適切な情報発信が必要</p>

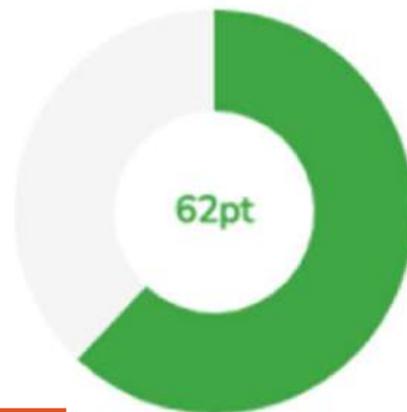
→プロモーションによる一部効果は見られるものの、お土産品開発や交通の整備は取り組み途中である。今後も取り組みを継続し効果を検証する。

# 現状値と目標値策定について

		計画策定時 (R4年度)	R5年繁忙期	現状値 (R6年繁忙期)	R9年度の 目標値	
重要目標達成指標 (KGI)	市の入込客数（年）	約170.0万人	約140.6万人	R6年度分は4月に確定	約228.8万人	
	一人あたり消費額	4,900円	<b>4,904円</b>	<b>6,184円</b>	6,400円	
	市民満足度 *「とても思う」「思う」の割合	—	<b>71.5%</b>	<b>71.1%</b>	<b>78.0%</b>	
重要業績評価指標 (KPI)	遠野市の宿泊人数 (年)	約6.8万人	約5.7万人	R6年度分は4月に確定	約10.4万人	
	博物館、ふるさと村、伝承園 (年)	約8.9万人	約7.7万人	R5年度分は4月に確定	約13.7万人	
	カップ、ビールに関する物販の売上 (食・ツアーは除外)	—	4,432万円	R6年度分は4月に確定	4,993万円	
	遠野市での消費額	飲食	—	<b>1,430円</b>	<b>2,036</b>	<b>2,200円</b>
		物販	—	<b>1,962円</b>	<b>2,360</b>	<b>2,400円</b>
		体験	—	<b>222円</b>	<b>349</b>	<b>700円</b>
観光客の満足度 *「大変満足した」の割合	—	<b>41.5%</b>	<b>37.3%</b>	<b>50.0%</b>		

# 持続可能なガイドラインのサステナビリティチェック

R6年1月



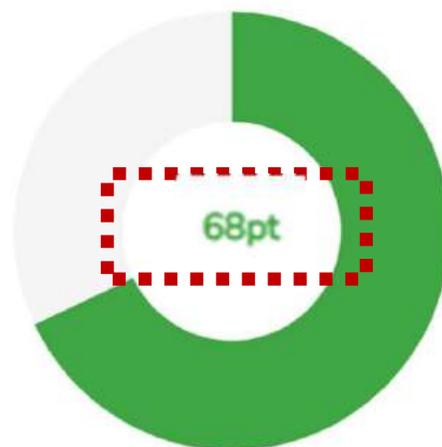
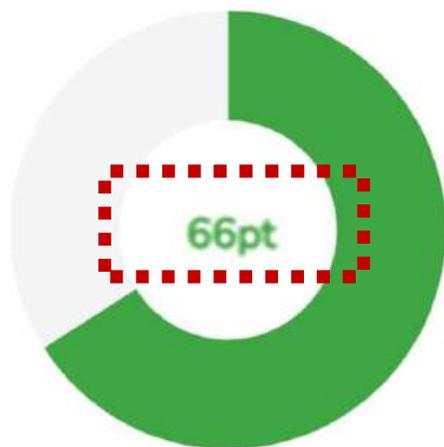
SECTION A: Sustainable management  
持続可能なマネジメント

SECTION B: Socio-economic  
sustainability 社会経済のサステナビ  
リティ

SECTION C: Cultural sustainability 文化  
的サステナビリティ

SECTION D: Environmental  
sustainability 環境のサステナビリティ

R6年3月



モニタリングや調査結果の公表、混雑の問題把握と課題対策で  
わずかにポイントアップ。