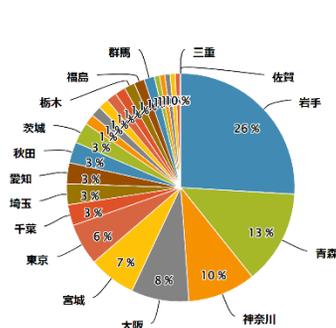


八幡平 DMO マンスリーレポート（10月）：旅行者像

株式会社八幡平 DMO は、八幡平市を訪れる観光客の属性やニーズ、満足度などをタイムリーに把握するため、令和 3 年 12 月以降、八幡平市内の宿泊施設と一体となり観光客に対してアンケートを実施し、観光客の声を日々収集しています。本レポートでは、令和 4 年 10 月に 135 名の旅行者から頂いた声を分析し、10 月の旅行者像をご紹介します。

先月に引き続き、東北県外からの観光客が増加傾向

DEM3: あなたの住んでいる地域を教えてください。



10 月アンケートに回答した観光客の属性として、性別は男性（52%）が女性（47%）より若干多く、年代を見ると、50 代（24%）と 60 代（24%）が半数以上を占め、30 代（23%）が次点に続いた。旅行者の居住地は、岩手県内（26%）が一番多く、青森（13%）と続き、三番目以降は神奈川（10%）、大阪（8%）、東京（6%）と東北 6 県外の県が名を連ねた。東北 6 県外からの観光客は、先月全体の 58%であったが、10 月は 51%であったことから、徐々に東北県外からの観光客が増加していることがわかる。

温泉以外に求める旅のアクティビティ、10 月の東北 6 県外の観光客は写真愛好家が多い

10 月の旅行者が旅先でするアクティビティは、「温泉（79%）」が一番多く、「登山、ハイキング（47%）」、「スキー、スノーボード（ゲレンデ）（23%）」と続いた。先月の「温泉（69%）」、「登山、ハイキング（40%）」、「スキー、スノーボード（ゲレンデ）（24%）」と比べると、その傾向に大きく違いはない。但し、居住地ごとに見てみると、神奈川県民は、「温泉（77%）」、「登山、ハイキング（77%）」と続き、「写真撮影（31%）」となり、大阪府民も同様の傾向がある。東京都民は、「温泉（88%）」に続き、「写真撮影（31%）」、「川釣り、海釣り（31%）」、「星空観察（50%）」という結果となった。事前に観光客へ温泉以外のアクティビティを提案する際、旅行者の居住地ごとの傾向を掴んでおけば、より最適な提案と、一層充実した八幡平での滞在を提供でき、リピーターの確保にも繋がるかもしれない。

個人手配の旅行者が依然多いが、旅行会社の手配の割合が 8 月より上昇傾向

10 月の旅行者の旅行の手配方法は、「全て直接個人で手配（73%）」が多く、「個人・家族の旅行を旅行会社に手配してもらった（17%）」、「団体旅行（2%）」と続いた。年間を通じて同じ傾向を示すが、季節ごとに見てみると 8 月は個人・家族の旅行を旅行会社に手配してもらった観光客の割合が 10%で、9 月は 14%となっていることから、徐々に旅行会社手配の割合が上昇傾向にあることがわかる。

八幡平への移動手段、東北 6 県は自家用車、遠方からの観光客はレンタカー、中部・関西は飛行機も利用

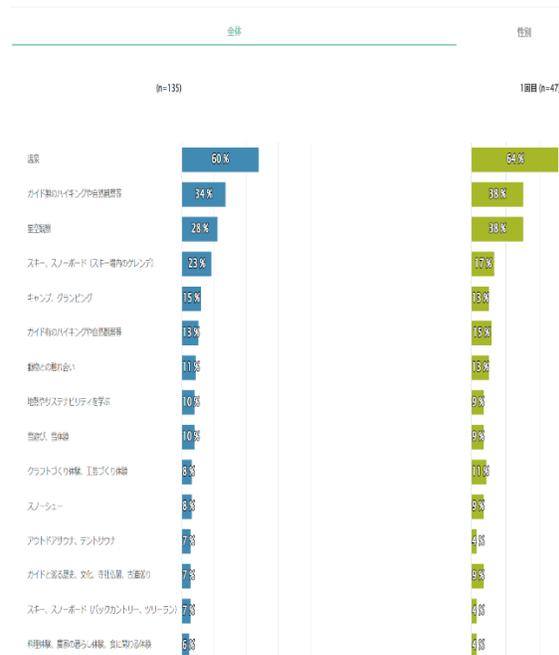
10 月の旅行者の八幡平への主な移動手段は、「自家用車（66%）」が一番多く、「レンタカー（26%）」、「新幹線（19%）」と続いた。居住地別に見ると、東北 6 県は自家用車の割合が断然多く、6 県外からの観光客は、圧倒的にレンタカーの利用割合が高い。一方、花巻空港で繋がる大阪と愛知は飛行機を利用した割合が全体の 80%を占め、うち大阪が 55%であった。盛岡まで新幹線を使って 2 時間以内で繋がる東京や神奈川の関東圏においては、飛行機の利用はなかった。

近県からの観光客は家族旅行、遠方の観光客はデート目的や友人、一人での旅行が主流

10月の旅行者の同行者は、「配偶者・パートナー・恋人（68%）」が一番多く、続いて「子供（17%）」、「友人（11%）」となった。居住地別に見てみると、観光客の割合が一番多い岩手や青森といった近県からの観光客は、子供や親の割合が多い一方で、東京や大阪、神奈川といった遠方からの観光客は、「配偶者・パートナー・恋人」や「友人」、「一人」の割合が多く、居住地によって10月の八幡平観光の目的が異なることがわかる。

初回訪問者の割合が、8月より上昇傾向にあり。リピーター化の鍵は、情報配信の強化

Q14: 次回八幡平でやってみたい体験・アクティビティはございますか？(複数回答可)



10月の旅行者の訪問回数は、「1回目（35%）」が一番多く、続いて「2回目（17%）」、「20回以上（14%）」となった。1回目と回答した旅行者の割合が、6月の17%から徐々に増加し、9月の24%から大幅に増加していることがわかる。

この増加傾向にある初回訪問者をリピーター化するために、例えば10月に初めて八幡平を訪れた観光客で、「次回八幡平でやってみたい体験・アクティビティ」に、「星空観察」や「キャンプ・グランピング」と回答している方へ、関連した情報を、一般的に旅行計画を立て始める1～2か月前のタイミングやイベント開催前に送る、といったマーケティング施策が考えられる。

同様に、初回訪問者の今回の参考になった情報源で「宿泊予約サイトのウェブサイト・パンフレット」と回答した割合が23.4%と一番高いことから、こういった媒体にも体験希望が多いアクティビティの情報を配信していくことが重要となる。

八幡平を訪れる観光客の声を日々収集し、分析した結果を「Voice of Hachimantai」としてダッシュボードで可視化し、皆様に無料でご提供しております。ご希望の方は、[八幡平 DMO ウェブサイト内「観光データ」ページ](#)よりお申込みください。



本レポートに関するご質問や「こんな分析してほしい」、「こういったデータがあれば助かるのに」など、データに関するご要望などございましたら、ご遠慮なくお申し付けください。皆様のお声をお待ちしています。