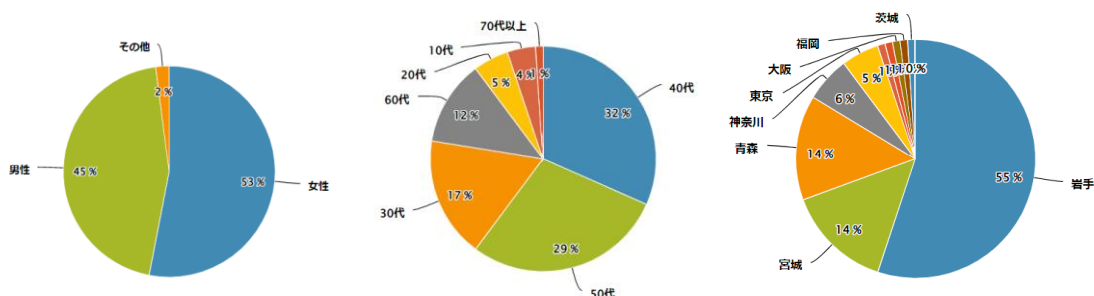


八幡平 DMO マンスリーレポート（12月）：旅行者像

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で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12月に98名の旅行者から頂いた声を分析し、12月の旅行者像をご紹介します。

なお、12月にアンケートに回答頂いた観光客の属性（性別、年齢、居住地）の割合は以下の通りですが、今月は八幡平温泉郷内宿泊利用者からの回答率が約8割となり、今シーズンのパノラマスキー場がオープンした12月24日前後で旅行像が大きく異なることから、本レポートではその違いを中心に12月の旅行像を分析していくとします。

※12月24日までの回答 45名／24日から31日までの回答 53名／計 98名



スキー場オープン前は、岩手及び近隣県に温泉で少人数リラックス層、オープン後はより広範囲に家族アクティブ層

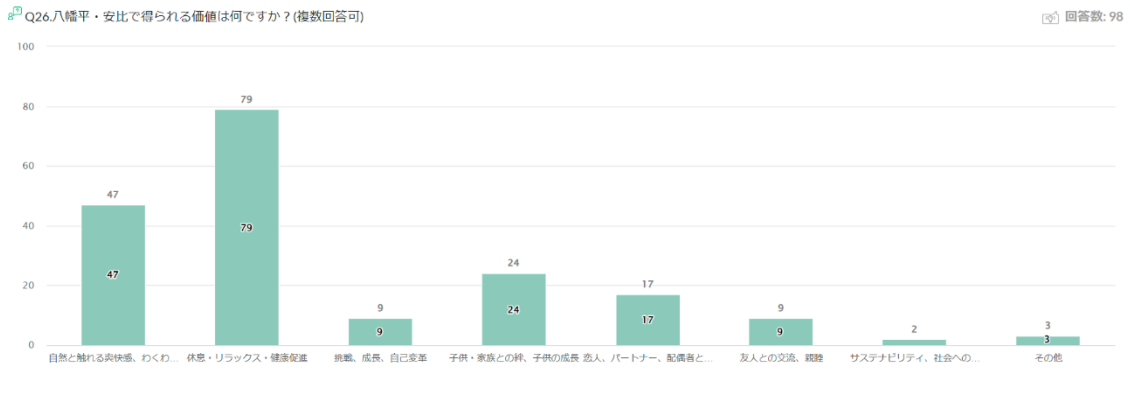
12月の旅行者の居住地を見てみると、スキー場オープン前は岩手からの旅行者が全体の64%と圧倒的に多く、青森（13%）、宮城（11%）と続いた。一方で、オープン後は、岩手からの旅行者が一番多いといっても、その割合は47%に下がり、岩手県外からの割合が増え、宮城（17%）、青森（15%）となっている。

旅行者の旅先でのアクティビティを見てみると、オープン前の旅行者の普段の旅先でのアクティビティは、温泉（76%）と回答する割合が圧倒的に多く、スキー（31%）、サウナ（13%）、写真撮影（13%）と続いた。一方で、オープン後は、スキーと回答する人の割合（79%）が温泉（66%）を上回り、登山（26%）、キャンプ（23%）とアウトドア層が好みそうなアクティビティが続く。

また、旅行者の同行人数を見てみると、オープン前の旅行者の同行人数は、2人（53%）と回答した割合が一番多かったが、一人と回答した割合も16%と一定人数いることがわかる。一方で、オープン後は2人（32%）が多いが、3人（26%）、4人（17%）、5人（13%）と続き、一人の割合は8%とオープン前に比べて半分にとどまった。

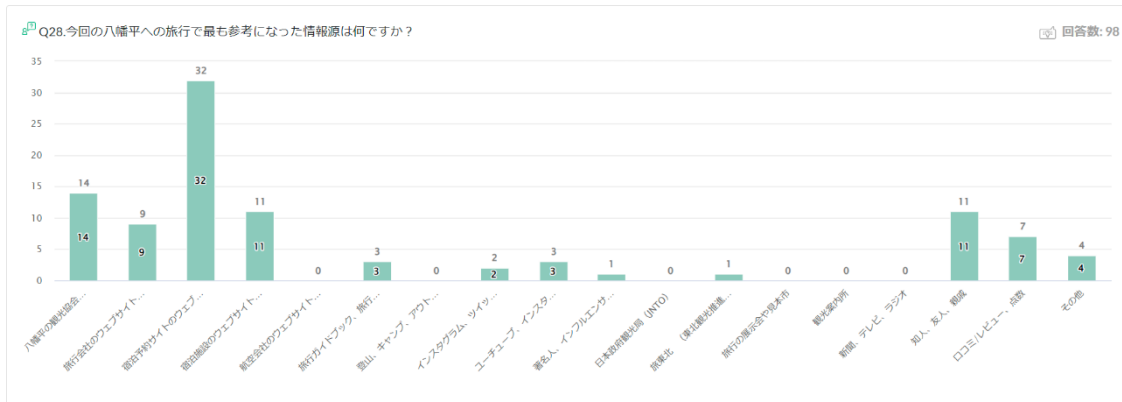
以上から、12月のスキー場オープン前後では、観光客の属性の違いに考慮した誘客が必要となる。例えば、スキー場オープン前の誘客は、温泉とサウナを中心とした、おひとり様や2人限定のリラックスプランを岩手や近隣県を中心に、オープン後はより広範囲なアクティブ家族層に訴求していくことが効果的である。

八幡平・安比で得られる価値、年間と比較し 12月は特に「休息・リラックス・健康促進」との回答が多い



12月の旅行者が、八幡平・安比で得られる価値として一番に挙げているは、「休息・リラックス・健康促進（80%）」で、「自然と触れる爽快感、わくわく、冒険感、好奇心を満たす（47%）」、「子供・家族との絆、子供の成長（25%）」と続いた。年間のデータと比較すると、傾向としては同じであるが、「休息・リラックス・健康促進（77%）」、「自然と触れる爽快感、わくわく、冒険感、好奇心を満たす（60%）」という結果から、12月は特にリラックスの価値を感じている旅行者が多いことがわかる。

主な観光の情報源は「OTA サイト」、女性は口コミ重視。八幡平への訪問回数が増えるにつれ OTA 以外の情報を求める



12月の旅行者が、今回の八幡平への旅行で最も参考になった情報源として、男女及び各世代でも共通して「宿泊予約サイトのウェブサイト・パンフレット（32%）」と挙げている。次いで参考にする情報源として、男性は「宿泊施設サイトのウェブサイト・パンフレット」、「八幡平の観光協会／DMO (Visit HACHIMANTAI) 」である一方、女性は「口コミ/レビュー、点数」、「八幡平の観光協会／DMO (Visit HACHIMANTAI) 」と答えており、女性の方が男性よりも評判を気にしていることがわかる。また、訪問回数別に見てみると、訪問回数が少ないほど OTA を参考とし、リピーター（特に6回以上となると）は OTA 以外の情報として、八幡平の観光協会・DMO (Visit HACHIMANTAI) を参



考にしていることから、OTA で初回訪問者を獲得し、次回の再訪時のためリピーターのニーズに刺さる情報をダイレクトメール等で発信し、定期的に地域ウェブサイトへ誘導する、まさに CRM の仕組みが友好的と考えられる。

◆◆◆八幡平満足度調査から地域共創 CRM へのリニューアルに関するお知らせ◆◆◆

2022 年 12 月より約 1 年間、市内の宿泊施設様にご協力いただき、八幡平を訪問する観光客の声を毎日収集してまいりました。2023 年より、この地域が一体となり観光客の声を収集するという八幡平独自の取組に、宿泊施設以外のスキー場や観光施設などにも参画頂き、さらにインバウンド観光客の声も含む、より多くの観光客の声を収集する仕組みへとリニューアルする運びとなりました。

今回のリニューアルでは、地域が一体となった取り組みや八幡平の観光情報を、アンケートでお答え頂いたお客様のニーズに合わせて直接お届けし、より確実に八幡平への再訪に繋げる「地域共創 CRM」の仕組みに進化いたします。さらに観光客の声を可視化するダッシュボード<Voice of Hachimantai>も、より多くの方にデータを簡単に理解して頂くために、改装する予定です。過去 1 年間のデータは、引き続き既存のダッシュボードでご覧いただけます。

1 月のマンスリーレポートからは、新たな仕組みで収集した観光客の声をお届けします。何かご質問等ございましたら、ご遠慮なくお申し付けください。