

平成 21 年度観光動態調査の結果について

1 調査の目的

本調査は、3年に一度、宮城県の観光客の実態を把握し、観光動向や県経済に与える効果等について集計・分析することにより、本県観光の現状と方向性を明らかにするとともに、観光施策を推進するための基礎資料を作成することを目的として実施しているもの。

2 調査の内容

(1) 調査項目

居住地、人数、グループ形態、交通手段、来訪回数、動機、満足された分野、不満足に感じた分野、訪問先、旅行費用等

(2) 調査時期

平成 21 年 5・6 月、8 月、9～11 月、12 月・平成 22 年 1 月(年 4 回)

(3) 調査方法

- ・ 県内の主要観光施設(20ヶ所)における聞き取りアンケート調査(回収票数：4,944票)
- ・ 県内の宿泊施設(12ヶ所)の宿泊客へのアンケート調査(回収票数：2,869票)

3 調査結果(抜粋) 調査結果の概要は別添のとおり

(1) 誘客範囲

- ・ 県内居住者が 42.1%を占め、東北 6 県居住者まで合わせると 60.8%になった。
- ・ 東北以外では「東京圏」(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)が 23.3%となった。

(2) 同行人数

- ・ 2人(39.9%)が最も高く、次いで 4～5人が 21.8%、3人が 18.0%となった。

(3) 旅行の形態

- ・ 調査対象者全体の中では「日帰り」が 39.9%、「宿泊」が 60.0%となっており、半数以上が宿泊客となっている。
- ・ 観光施設での回答は、「日帰り」が 58.7%、「宿泊」が 41.2%と日帰りの割合が高くなっている。
- ・ 「宿泊」と回答した人の宮城県内での宿泊日数をみると、「1泊」が 73.6%と圧倒的に高く、次いで、「2泊」の 18.9%となっており、「1泊」「2泊」を合わせると全体の 9割強を占め、県内宿泊数平均は 1.3泊となった。

(4) 各調査地点への来訪理由

- ・ 「自然の美しさや安らぎを求めて」(34.5%)、「温泉や郷土料理を楽しむため」(33.7%)が拮抗しており、次いで「距離が手頃であるため」(20.9%)、「訪れたい名所・旧跡があるため」(19.5%)となっている。

(5) 「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン(2008年10月～12月)」の認知

- ・ 「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」を知っていた者の割合は 29.4%となった。居住地別にみると、県内客が 54.5%、県外客が 11.1%と居住地によりキャンペーン認知度は大きく異なる。
- ・ 「知っていた」と答えた人のうち、「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」期間中の観光地への来訪割合は、全体で 50.2%、県内客では 52.3%、県外客では 42.5%となっている。

(6) 来訪の際の情報入手経路

- ・ 「家族や親戚の話し合い」が 37.1%と最も高く、次いで「友人，知人の話し合い」(20.2%)，「インターネット」(18.9%)，「旅行案内ガイドブック」(17.9%)，「新聞・雑誌(週刊誌)等の記事」(7.2%)，「テレビ・ラジオの宮城紹介番組」(7.2%)となった。

(7) 観光客一人当たり平均消費額

単位：円

		平成21年度 (今回調査)	平成18年度 (前回調査)	対前回 増減額	対前回 増減率
日帰り客	県内客	5,300	7,000	1,700	24.3%
	県外客	10,900	11,100	200	1.8%
	平均	6,400	7,600	1,200	15.8%
宿泊客	県内客	27,600	32,400	4,800	14.8%
	県外客	40,600	53,400	12,800	24.0%
	平均	37,800	48,100	10,300	21.4%

平均額は質問項目ごとの累計を回答者数で割っているため、一致しません。

県内における観光客の平均消費額は、県内日帰り客5,300円(前回7,000円)、県外日帰り客10,900円(前回11,100円)、県内宿泊客27,600円(前回32,400円)、県外宿泊客40,600円(前回53,400円)となった。

県外宿泊客の場合は県内日帰り客の約7.7倍の金額を消費していると推計される。

4 分析・考察

- ・ 誘客範囲からみると、東北6県に次いで、東京圏からの来訪が多いことから観光キャンペーンの必要性や成果を実感できる結果となった。
- ・ 宮城県内の宿泊数をみると、「1泊」が73.6%と圧倒的に高いため、今後は、域内流動を促進し、連泊していただけるような取組の強化が必要と考えられる。
- ・ 来訪理由をみると、非日常的な環境や癒し、食文化などが求められていることがうかがわれ、「グリーンツーリズム」や「食材王国みやぎ」のさらなるPRによる誘客の促進が期待できる。
- ・ 来訪の際の情報入手経路は、家族・知人の口コミとインターネットによるものの割合が高く、キャンペーンやインターネット等を通じたきめ細やかな情報発信やPRを行うとともに、宮城の魅力創出を図る取組を強化する必要がある。
- ・ 観光客一人当たり平均消費額は、前回調査と比較して、日帰り客で1,200円(15.8%)の減少、宿泊客で10,300円(21.4%)の減少となり、いずれも大幅に下落した。これは、県外客の交通費が大幅に減少したこと、県内客の飲食費及びおみやげ代、宿泊客の宿泊費が減少したことなどによるものである。
- ・ 観光客一人当たり平均消費額が減少した主な要因としては、次のようなことが考えられる。
 - (1)長引く全国的な景気低迷による観光需要の減少。
 - (2)団体旅行の減少、個人・小グループ旅行の増加に伴う旅行目的及び購買目的の変化及び特化。
 - (3)消費者物価の下落や価格競争の激化等に伴う消費単価の低下。

(例)高速道路料金の休日特別割引制度の導入

ビジネスホテルの台頭により観光を目的とした人のビジネスホテル利用が増加

1．調査の目的

本調査は、宮城県の観光客の実態を把握し、観光動向や県経済に与える効果等について集計・分析することにより、三年に一度、本県観光の現状と方向性を明らかにするとともに、観光施策を推進するための基礎資料を作成することを目的として実施しております。

2．調査の実施主体

宮城県経済商工観光部観光課＜委託調査機関：（株）ビデオリサーチ 東北支社＞

3．調査の方法

現地聞き取りアンケート調査

（観光地点調査、行・祭事、スポーツ、イベント等調査）

県内の主要観光地点を、全国観光統計基準の観光地点の中分類（自然、文化・歴史、産業観光、スポーツ・レクリエーション施設、温泉、買物、行・祭事、イベント）と整合するよう20ヶ所選定し、各々の調査地点で調査員が直接観光客に聞き取りを行い、調査票（210頁参照）に書き込む方法としました。（調査日は3頁に記載）

宿泊施設アンケート調査（宿泊地点調査）

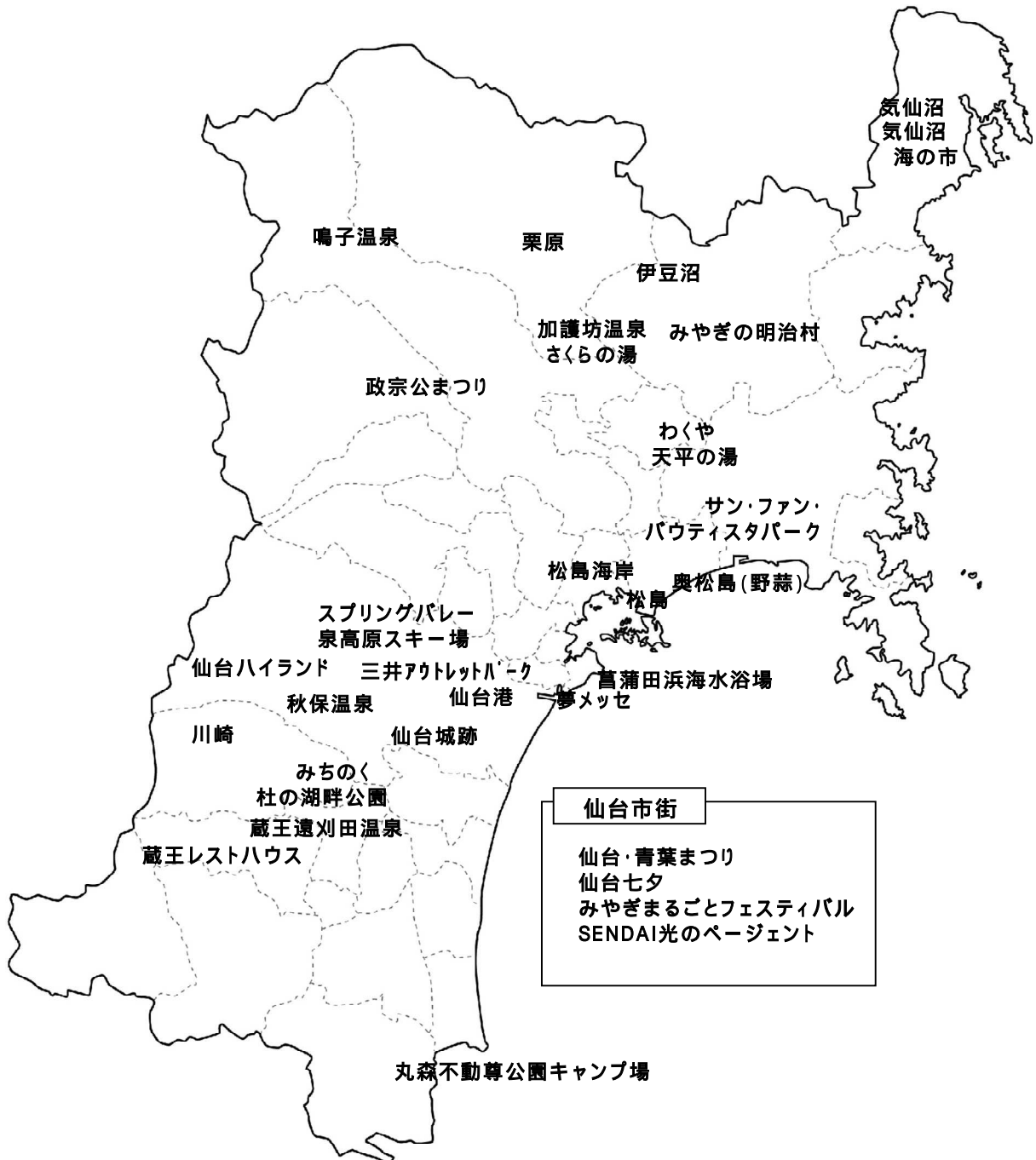
県内の主要観光宿泊地点である秋保温泉、松島・奥松島、蔵王遠刈田温泉、鳴子温泉、栗原、気仙沼、川崎、丸森不動尊公園キャンプ場から、全国観光統計基準の宿泊施設の中分類（ホテル・旅館、民宿・ペンション等の民営宿泊施設、ユースホステル、社会教育施設、公共の宿泊施設、キャンプ場）と整合するように12宿泊施設を選定し各々の宿泊施設に依頼して宿泊客が直接調査票（212頁参照）に書き込み、その調査票を回収する方式としました。

4 . 調査地点

観光地点調査

行・祭事、スポーツ、イベント等調査

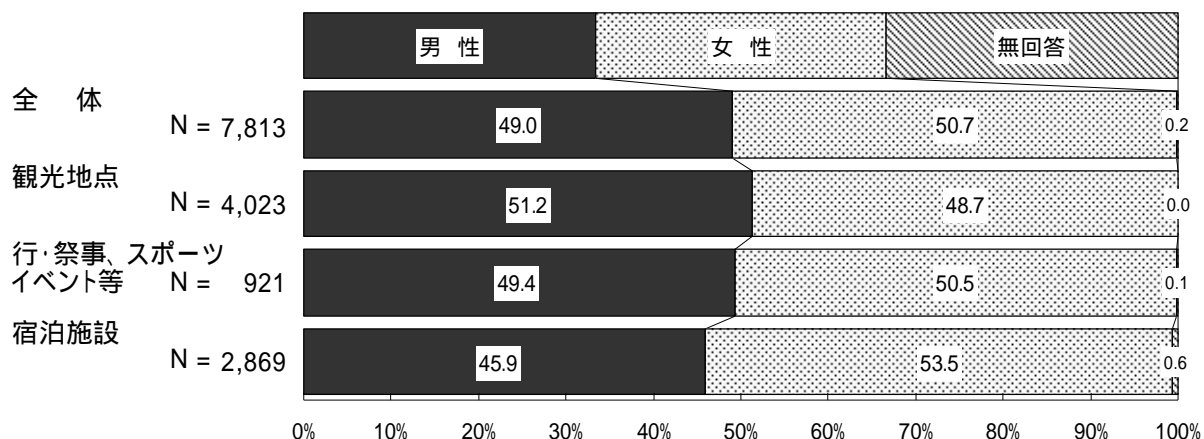
宿泊地点調査



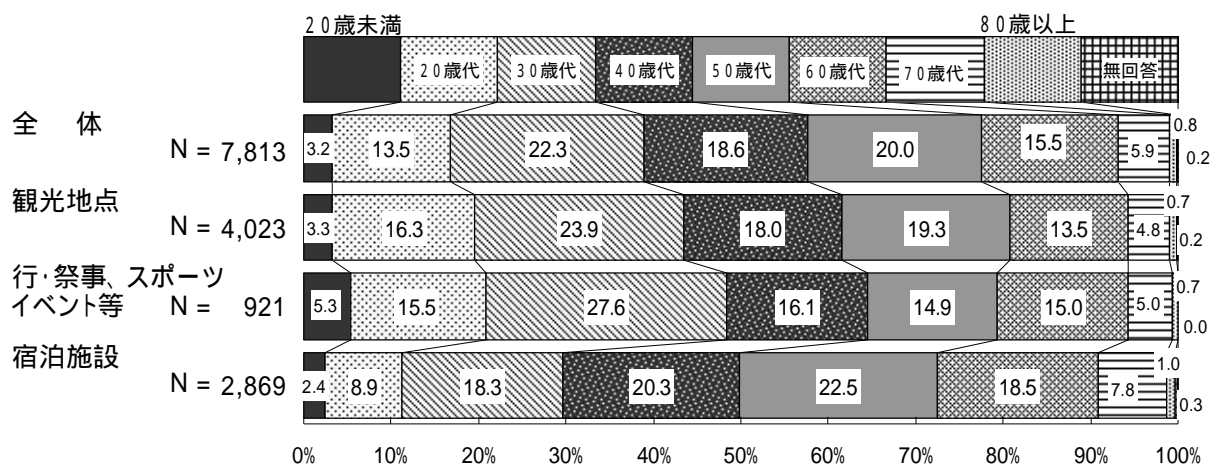
結果の総括等

1. 回答者の属性

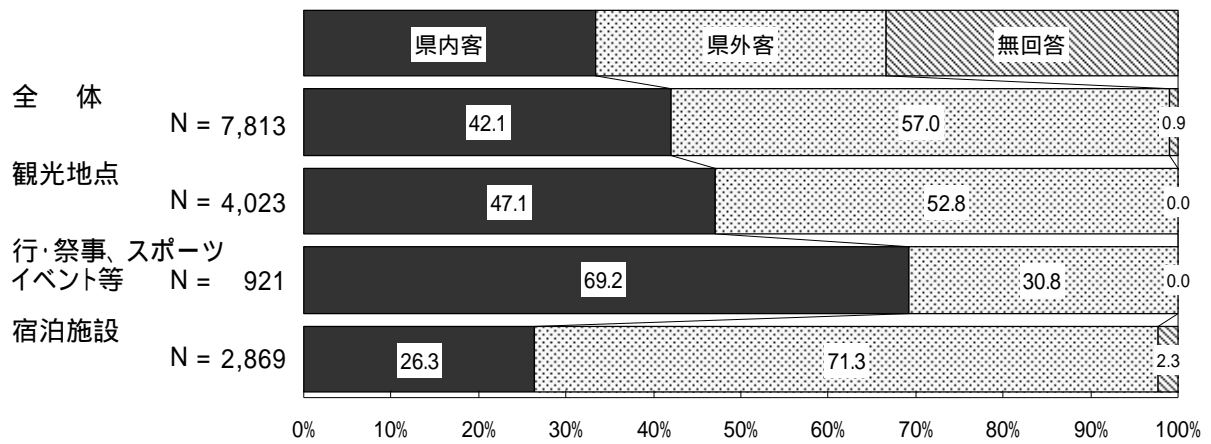
1. 性別



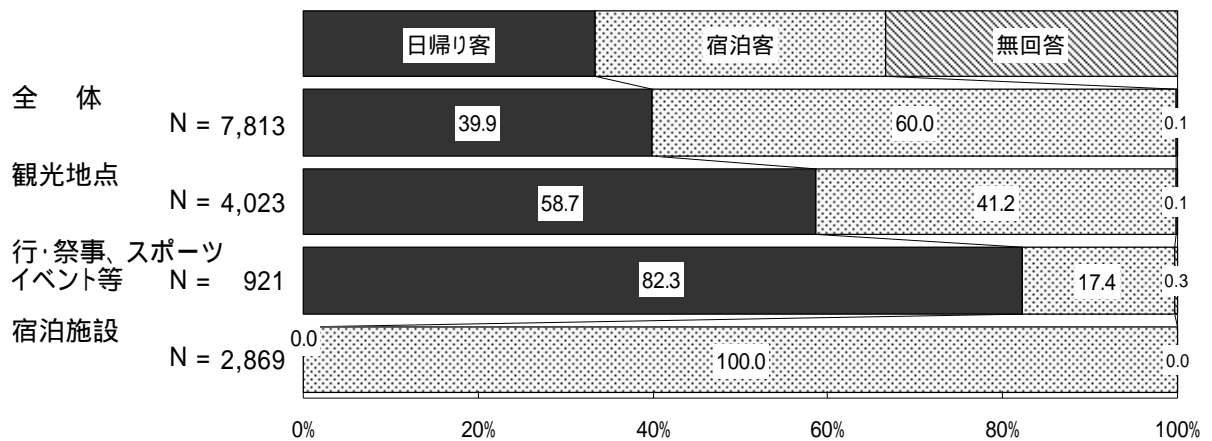
2. 年代別



3 . 県内客、県外客別



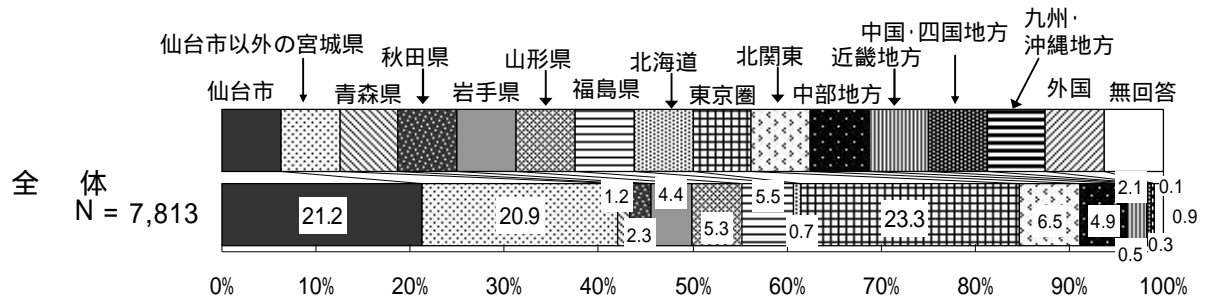
4 . 日帰り客、宿泊客別



5. 全体集計の分析結果

観光施設、行・祭事、スポーツ、イベント等、宿泊施設の全体集計の結果については、以下のとおりです。

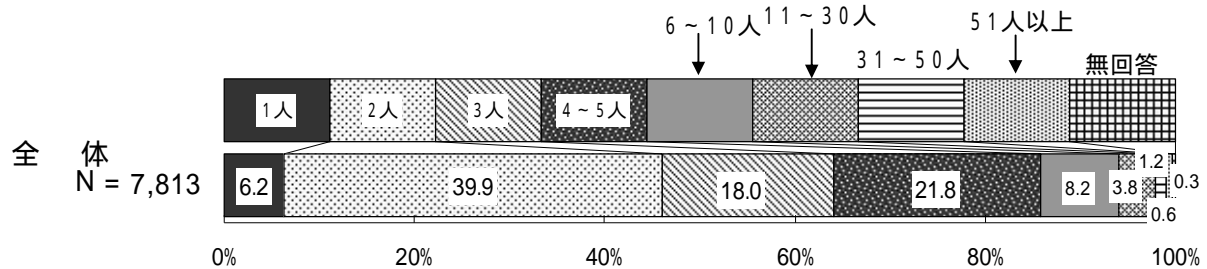
(1) 誘客範囲



誘客範囲を居住地別でみると、「仙台市」(21.2%)、「仙台市以外の宮城県」(20.9%)を合わせると、約4割が『宮城県内』の居住者となっています。「青森県」「秋田県」「岩手県」「山形県」「福島県」を合わせた、『東北6県居住者』でみると60.8%になっています。

東北以外では「東京圏」(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)が23.3%と高くなっています。

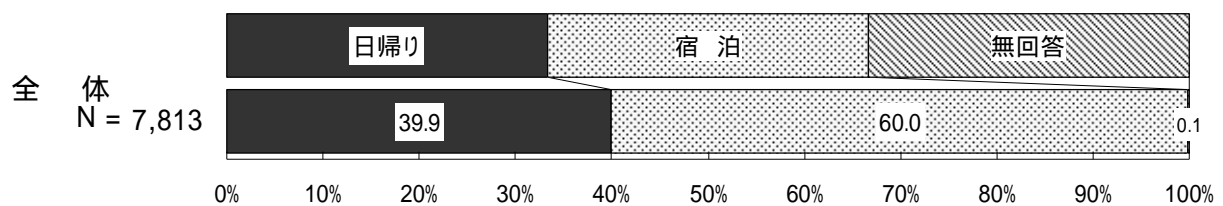
(2) 同行人数



同行人数をみると、「2人」が39.9%と最も高く、「4~5人」(21.8%)、「3人」(18.0%)と続いています。

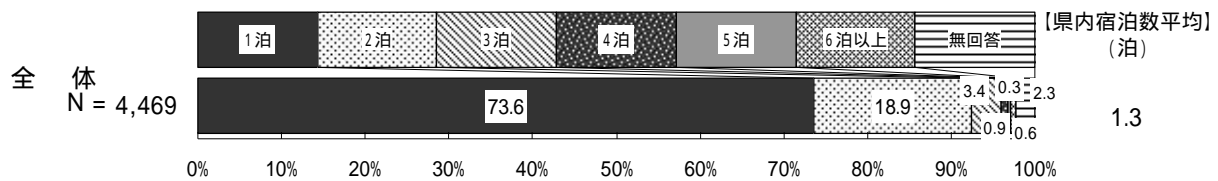
(3) 旅行の形態

旅行の形態



旅行の形態をみると、「日帰り」が39.9%、「宿泊」が60.0%となっており、半数以上が宿泊客となっています。

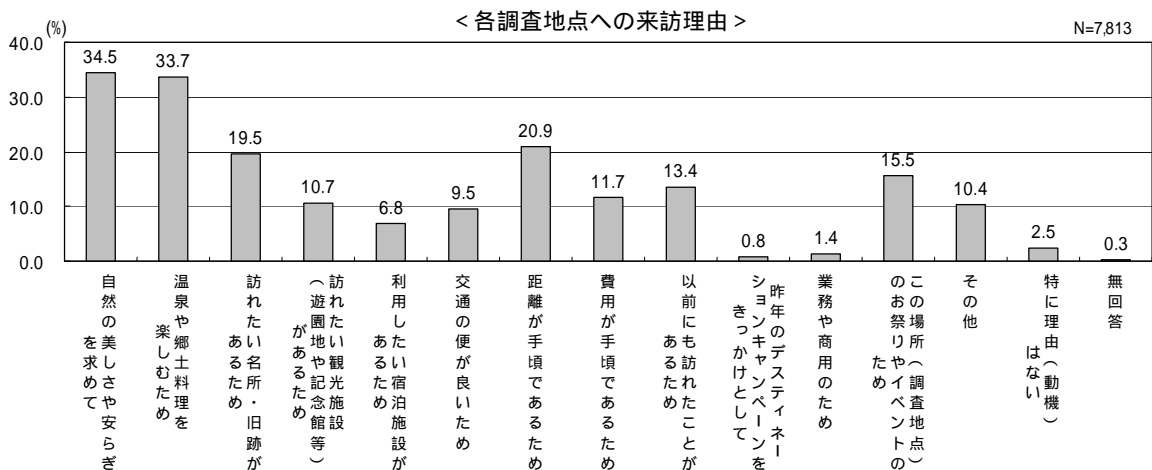
県内の宿泊数



全体数は、宿泊施設の2,869人と、現地調査（観光地と行・祭事・スポーツ・イベント等）4,944人のうち、「宿泊旅行（「宮城県内では宿泊しない」と回答した211人を除く）」と回答した1,600人を合わせたものです。

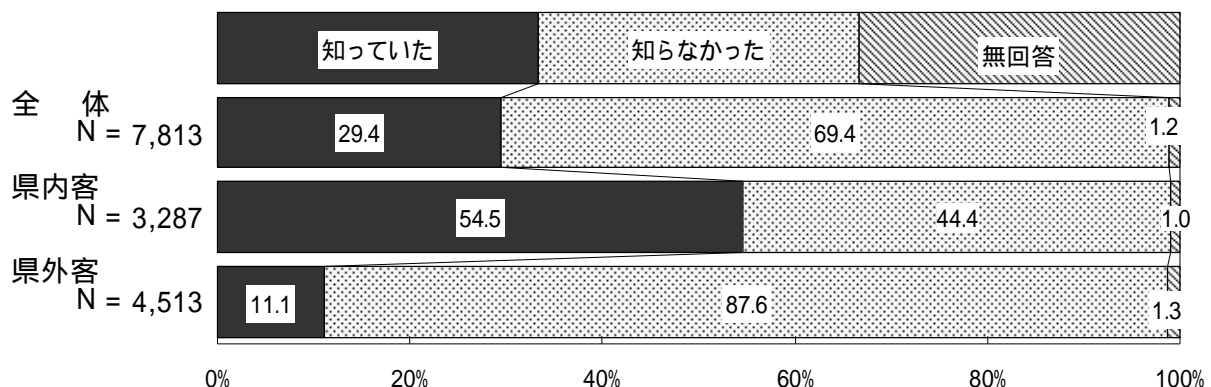
宮城県内の宿泊数を見ると、「1泊」が73.6%と圧倒的に高く、次いで、「2泊」の18.9%となっています。「1泊」「2泊」の合計がほとんどを占め、【県内宿泊数平均】は1.3泊となっています。

（4）各調査地点への来訪理由（複数回答）



来訪理由をみると、「自然の美しさや安らぎを求めて」（34.5%）、「温泉や郷土料理を楽しむため」（33.7%）が拮抗しており、「距離が手頃であるため」（20.9%）、「訪れたい名所・旧跡があるため」（19.5%）と続いています。

（5）「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン(2008年10月～12月)」の認知



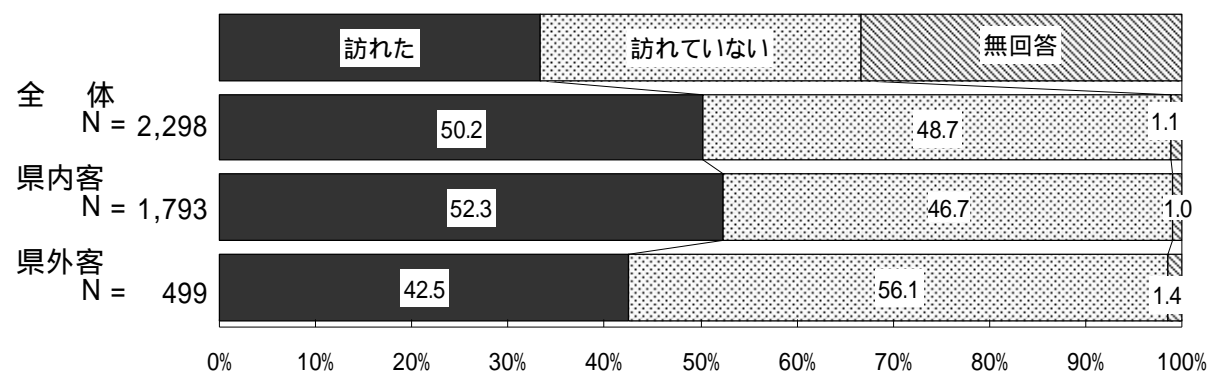
居住地別の割合

	仙台市	仙台市以外の宮城県	青森県	秋田県	岩手県	山形県	福島県	北海道	東京圏	北関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄	外国
合計(実数)	1,655	1,632	95	181	344	417	426	51	1,820	508	380	162	37	27	9
知っていた(%)	58.4	50.6	7.4	8.8	14.8	16.3	15.3	9.8	10.8	8.5	6.3	7.4	5.4	0.0	11.1
知らなかった(%)	40.5	48.4	90.5	87.8	84.3	82.0	83.1	90.2	88.1	90.9	92.6	90.1	94.6	100.0	88.9
無回答(%)	1.1	1.0	2.1	3.3	0.9	1.7	1.6	0.0	1.1	0.6	1.1	2.5	0.0	0.0	0.0

「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」認知度は29.4%となっています。居住地別にみると、県内客が54.5%、県外客が11.1%と居住地によりキャンペーン認知度は大きく異なります。

また認知度を県外客の内訳でみると、東北では「岩手県」、「山形県」、「福島県」が14~16%で拮抗しており、東北以外の地域では「東京圏」(10.8%)、「北海道」(9.8%)、「北関東」(8.5%)が上位を占めています。

「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン(2008年10月~12月)」期間中の観光地への来訪について

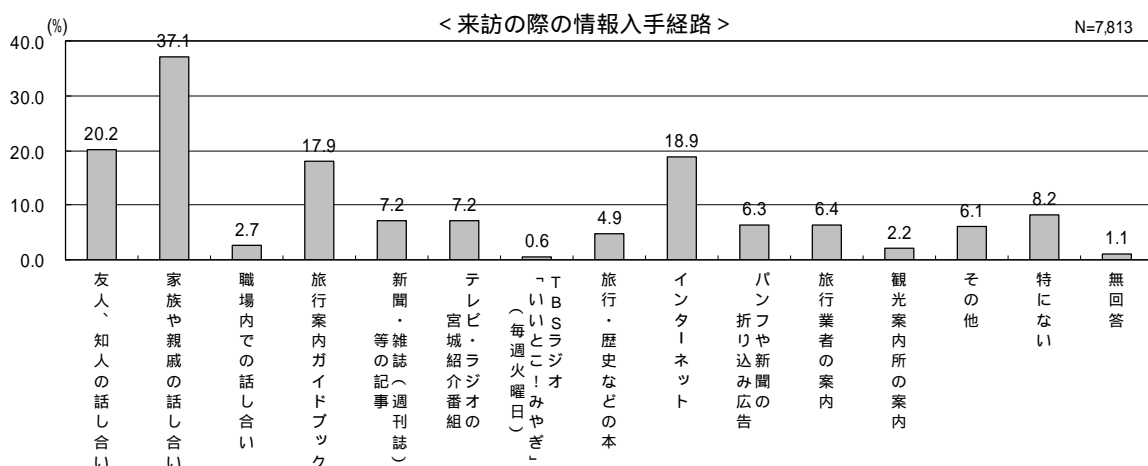


全体数は、「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」を「知っていた」と回答した2,298人となっています。

「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」期間中の観光地への来訪をみると、来訪割合は、全体で50.2%、県内客52.3%、県外客42.5%となっています。

全体・県内客・県外客ともに、4割以上が観光地を訪れています。

(6) 来訪の際の情報入手経路 (複数回答)



情報入手経路をみると、「家族や親戚の話し合い」が37.1%と最も高く、以下、「友人、知人の話し合い」(20.2%)、「インターネット」(18.9%)、「旅行案内ガイドブック」(17.9%)と続いています。

(7) 観光客の1人当たり平均消費額

(単位:円)

		H21年度	H18年度(前回調査)	対前回増減額	対前回増減率(%)
日帰り客	県内客	5,300	7,000	1,700	24.3
	県外客	10,900	11,100	200	1.8
	平均	6,400	7,600	1,200	15.8
宿泊客	県内客	27,600	32,400	4,800	14.8
	県外客	40,600	53,400	12,800	24.0
	平均	37,800	48,100	10,300	21.4

県内における観光客の平均消費額は、県外宿泊客40,600円(前回53,400円)、県内宿泊客27,600円(前回32,400円)、県外日帰り客10,900円(前回11,100円)、県内日帰り客5,300円(前回7,000円)の順となっており、例えば、県外宿泊客の場合は県内日帰り客の約7.7倍の金額を消費していることとなります。

日帰り客、宿泊客の県内外客別平均県内消費額

「日帰り客の平均県内消費額」

総 額

単位：人・千円

	5千円未満	5千円～	1万円～	2万円～	3万円～	4万円～	5万円～	7万円～	10万円以上	累計金額	回答数	平均金額
県内客	1,081	394	178	45	21	2	15	2	1	9,189	1,739	5.3
県外客	112	145	98	23	18	9	12	2	1	4,586	420	10.9

飲食費

単位：人・千円

	500円未満	500円～	1千円～	1千500円～	2千円～	3千円～	5千円～	1万円～	2万円以上	累計金額	回答数	平均金額
県内客	283	211	512	108	273	184	63	15	1	2,482	1,650	1.5
県外客	19	25	125	43	126	100	49	19	6	1,363	512	2.7

おみやげ代

単位：人・千円・%

	500円未満	500円～	1千円～	1千500円～	2千円～	3千円～	5千円～	1万円～	2万円以上	累計金額	回答数	平均金額	土産品購入比率
県内客	27	59	199	28	129	77	46	14	2	1,217	581	2.1	24.9
県外客	0	7	57	2	73	68	67	21	10	1,329	305	4.4	38.6

交通費

単位：人・千円・%

	1千円未満	1千円～	2千円～	3千円～	4千円～	5千円～	1万円～	2万円～	3万円以上	累計金額	回答数	平均金額	交通利用比率
県内客	773	382	156	67	12	13	1	1	0	1,344	1,405	1.0	60.3
県外客	60	98	86	62	17	46	10	4	0	1,011	383	2.6	48.5

入場・観覧費

単位：人・千円・%

	500円未満	500円～	1千円～	1千500円～	2千円～	3千円～	5千円～	1万円～	2万円以上	累計金額	回答数	平均金額	入場・観覧利用比率
県内客	231	420	173	18	61	62	22	1	0	1,005	988	1.0	42.4
県外客	50	73	32	7	22	23	9	0	0	272	216	1.3	27.3

「宿泊客の県内平均消費額」

総 額

単位：人・千円

	1万円未満	1万円～	2万円～	3万円～	4万円～	5万円～	7万円～	10万円～	15万円以上	累計金額	回答数	平均金額
県内客	45	146	170	94	35	53	20	8	2	15,806	573	27.6
県外客	87	284	486	422	218	344	140	90	52	86,099	2,123	40.6

宿泊費

単位：人・千円

	5千円未満	5千円～	1万円～	2万円～	3万円～	4万円～	5万円～	7万円～	10万円以上	累計金額	回答数	平均金額
県内客	36	65	227	67	29	16	18	1	2	7,792	461	16.9
県外客	133	204	856	443	238	125	96	39	41	48,367	2,175	22.2

飲食費

単位：人・千円

	5百円未満	5百円～	1千円～	1千5百円～	2千円～	3千円～	5千円～	1万円～	2万円以上	累計金額	回答数	平均金額
県内客	8	7	28	11	81	82	89	67	10	1,982	383	5.2
県外客	21	14	91	40	207	374	537	436	145	13,189	1,865	7.1

おみやげ代

単位：人・千円・%

	5百円未満	5百円～	1千円～	1千5百円～	2千円～	3千円～	5千円～	1万円～	2万円以上	累計金額	回答数	平均金額	土産品購入比率
県内客	8	6	41	8	64	67	101	36	5	1,435	336	4.3	35.3
県外客	10	9	98	23	226	325	522	415	179	13,298	1,807	7.4	48.6

交通費

単位：人・千円・%

	1千円未満	1千円～	2千円～	3千円～	4千円～	5千円～	1万円～	2万円～	3万円以上	累計金額	回答数	平均金額	交通利用比率
県内客	41	72	48	37	12	44	13	0	0	720	267	2.7	28.0
県外客	122	168	199	167	50	272	232	70	39	8,377	1,319	6.4	35.4

入場・観覧費

単位：人・千円・%

	5百円未満	5百円～	1千円～	1千5百円～	2千円～	3千円～	5千円～	1万円～	2万円以上	累計金額	回答数	平均金額	入場・観覧利用比率
県内客	45	34	35	5	24	12	13	1	2	290	171	1.7	18.0
県外客	97	110	180	23	190	121	135	57	11	2,664	924	2.9	24.8