

2024年度釜石市観光審議会

2024年5月24日
株式会社かまいしDMC
代表取締役 河東 英宜

目次

1.観光入込調査に関する結果報告

2.企業版ワーケーションの取組みについて

3.地域活性化のための観光教育推進事業報告

**4.グリーン・デスティネーションズ・アワード
ゴールド賞受賞**

1

観光入込調査に関する結果

釜石市観光来訪調査2023年秋期
調査結果

ダイジェスト：2023年（秋）

入込客数（2022⇒2023）

前年度比1.0倍

リピート率 

初来訪者が約半数

宿泊者数（4月～12月）

前年度比1.0倍

再来訪意欲度 

引き続き高い水準で推移

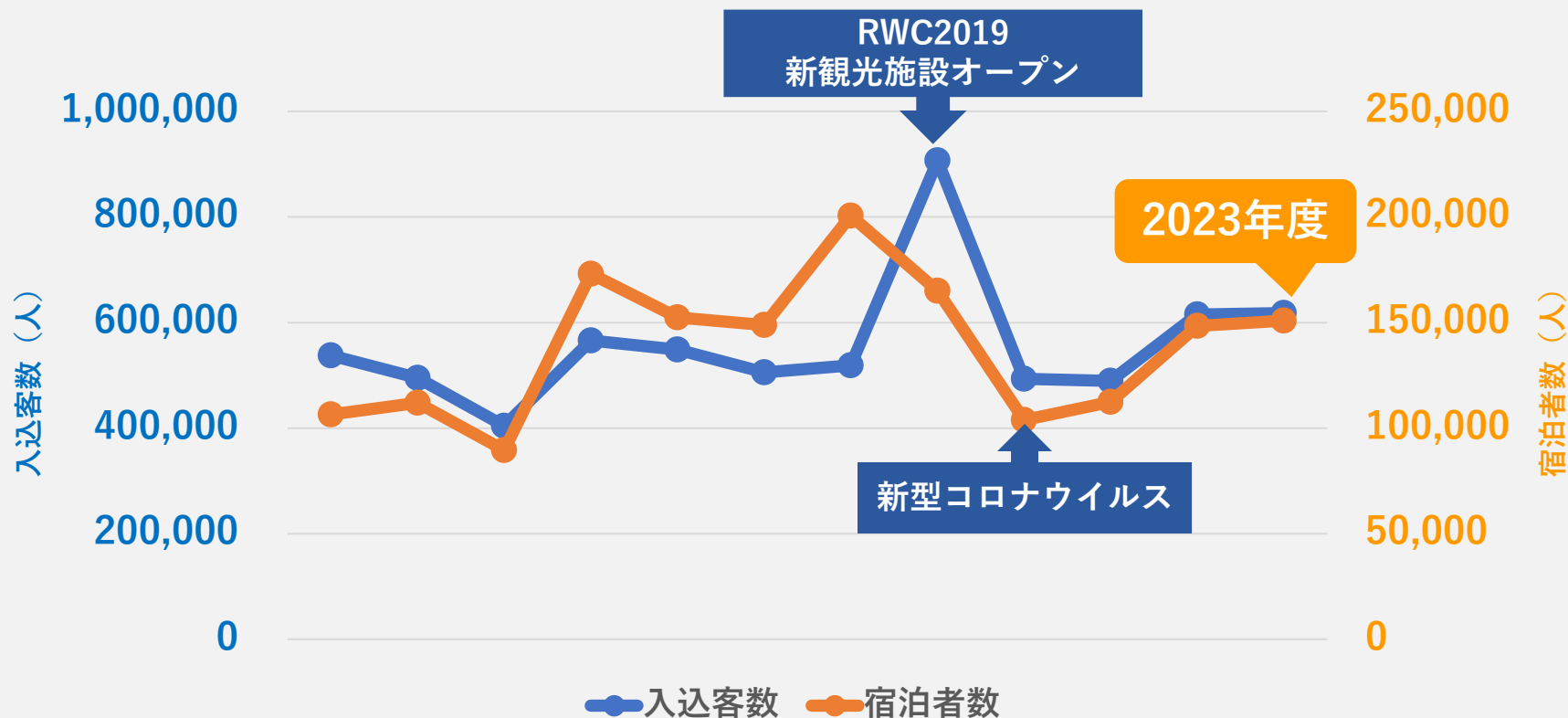
出発地 

東北からの来訪者が最多

経済波及効果 

20.92億円
（前年比+2億円）

これまでの入込客数と宿泊者数（2012年度～2023年度）

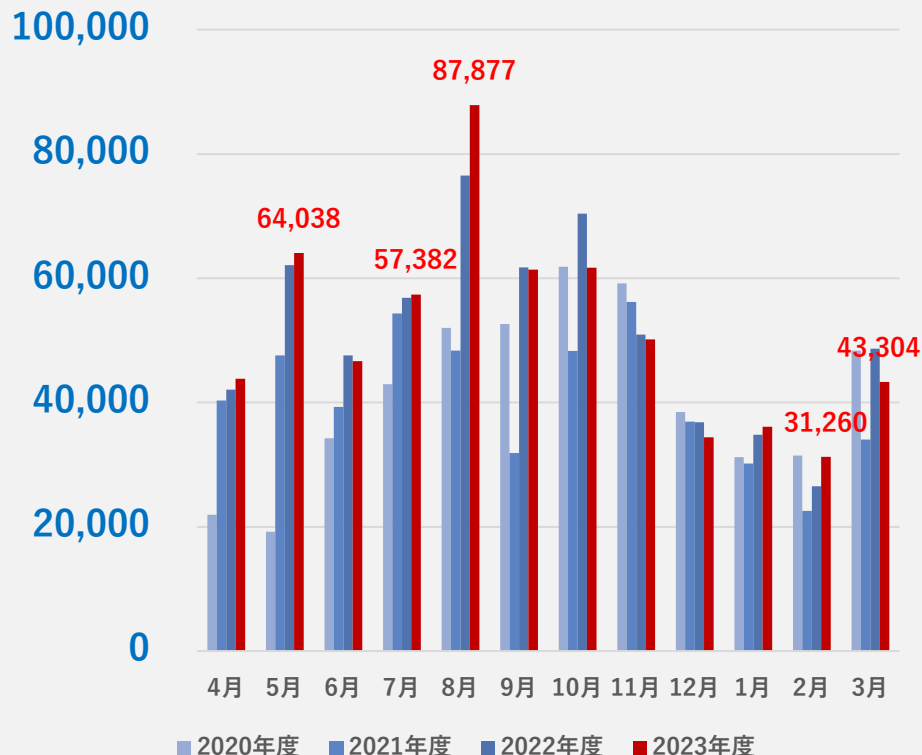


	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	前年度比 (増加数)
入込客数	537,497	495,236	404,211	565,839	548,564	505,465	518,717	907,281	493,446	489,855	614,998	618,053	3,055
宿泊者数	106,535	112,045	89,661	173,119	152,446	148,768	200,607	164,985	103,865	112,459	148,371	150,933	2,562

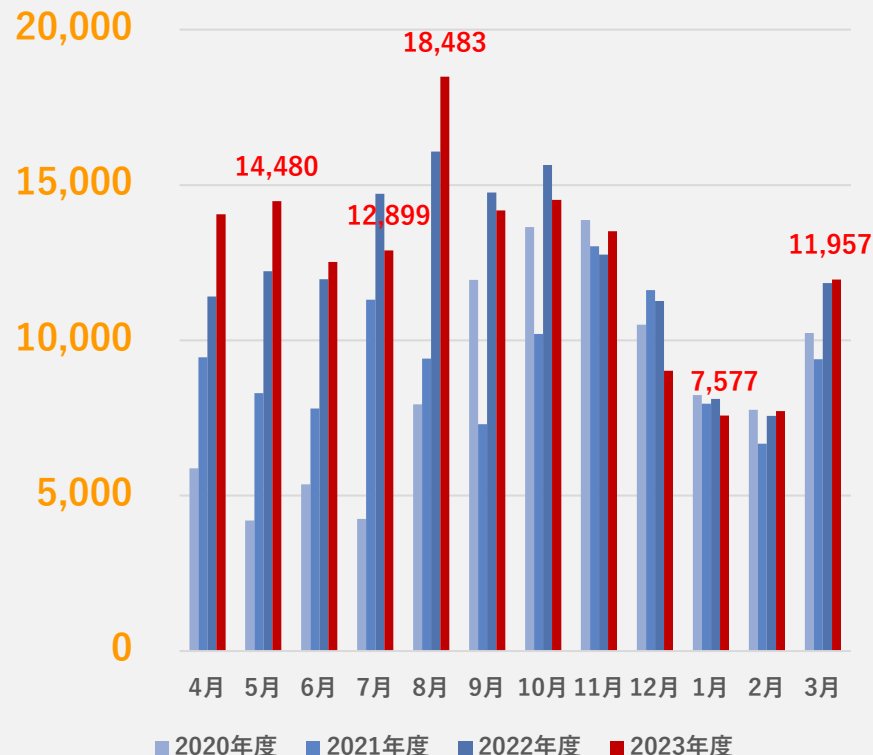
2023年度入込客数と宿泊者数（4月～3月）

8月は、入込客数・宿泊者数ともに前年比約10%増加であったものの、9月と12月は、前年比約10%減少であった。年間を通して、ほぼ横ばいである。

入込客数（人）



宿泊者数（人）



調査概要



調査対象

釜石市内外からの訪問者

調査場所

- ・魚河岸テラス
- ・いのちをつなぐ未来館
- ・根浜キャンプ場
- ・橋野鉄鉱山インフォメーションセンター
- ・旧釜石鉱山事務所
- ・シープラザ釜石
- ・鉄の歴史館

調査日

2023年10月6日～12月3日

回収数

204サンプル

調査手法

調査票配布による自記式調査

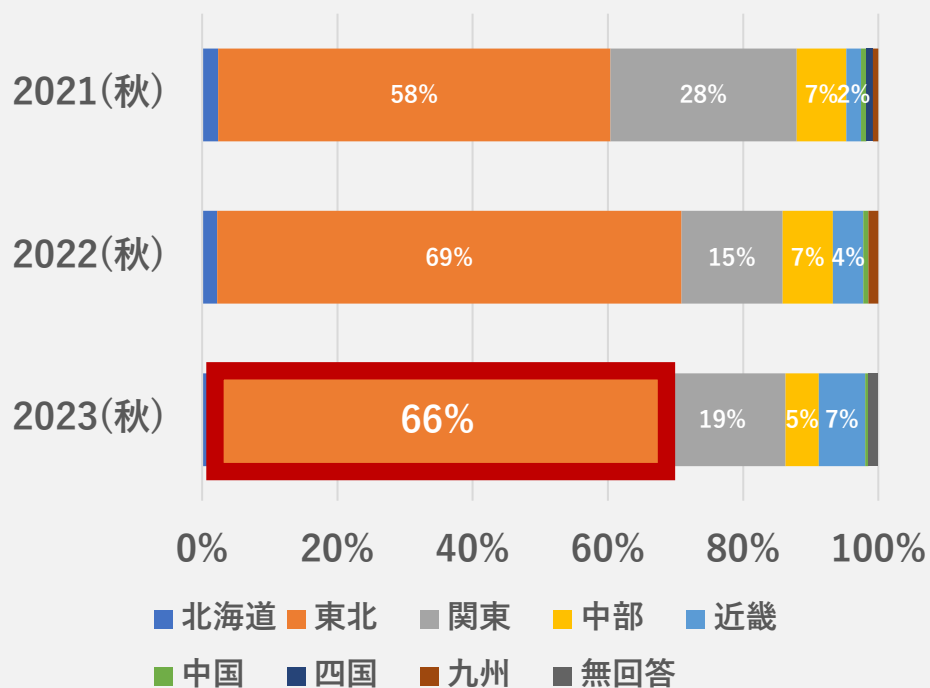
2021年11月6日～2022年1月22日
111サンプル

比較対象

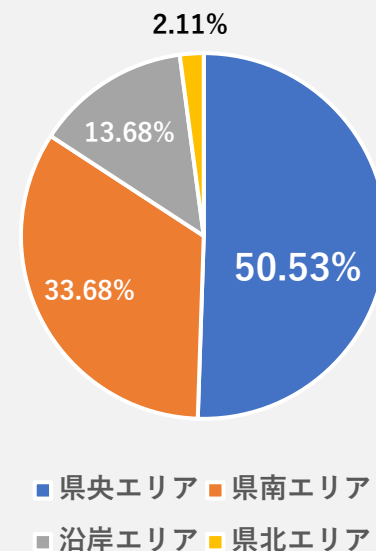
2022年10月8日～12月31日
134サンプル

出発地

➡東北エリアからの来訪者が最多

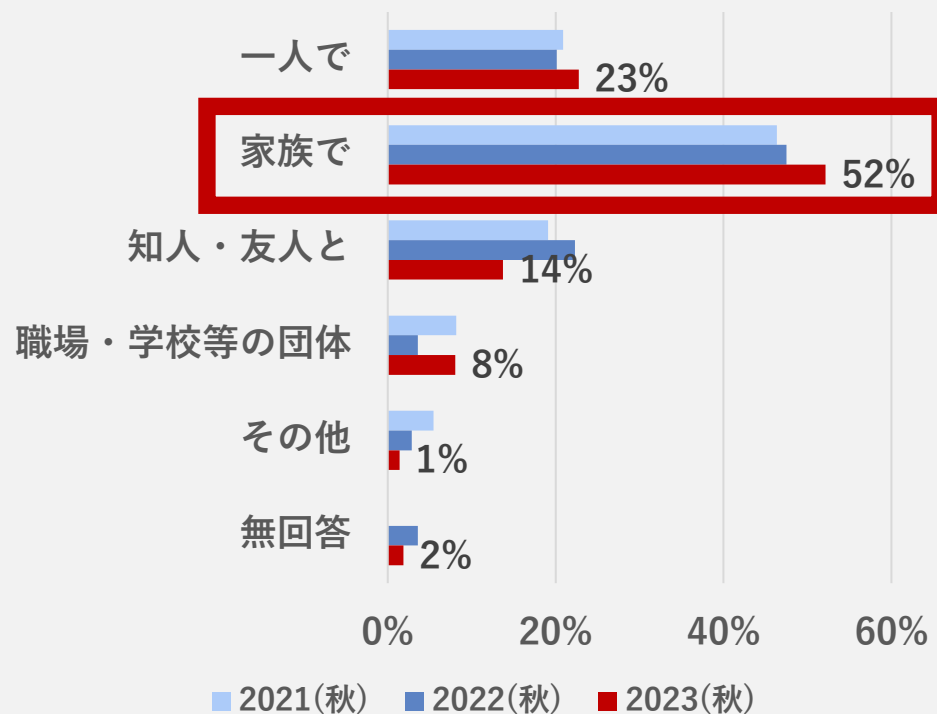
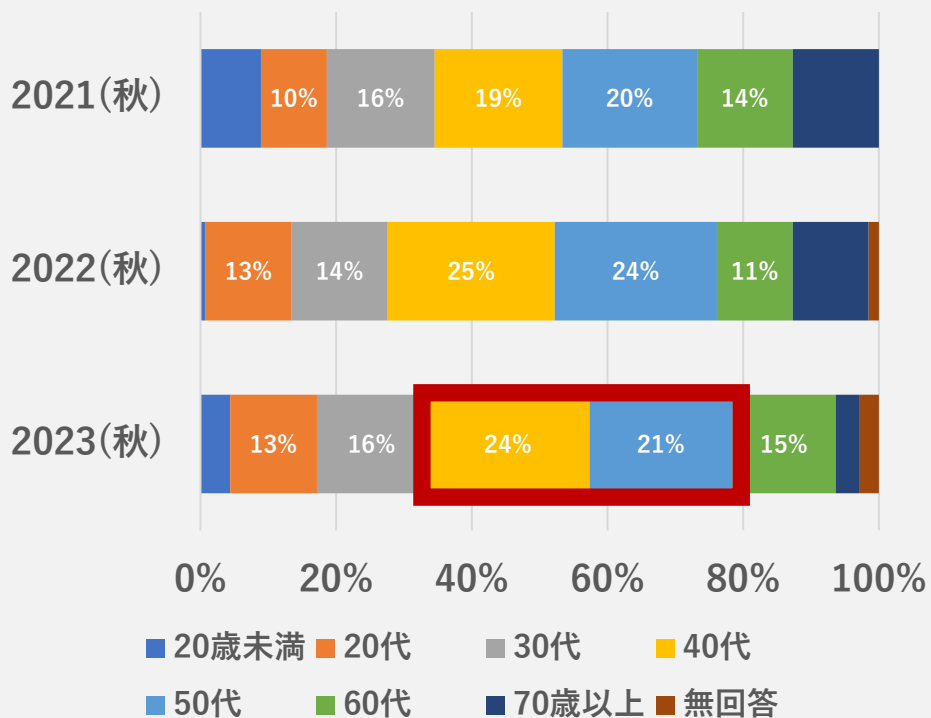


岩手県内からの来訪は、
約半数が県央エリア



年代/同行者

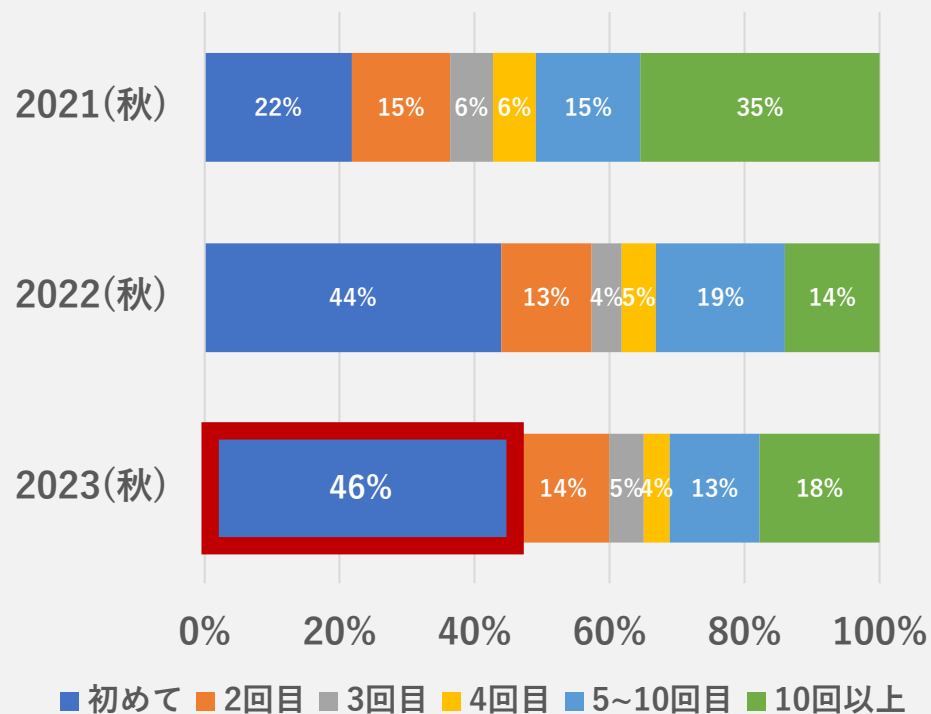
➡40代・50代の家族での来訪が多い



リピート率

➡初来訪者・リピーターの割合が約半々に

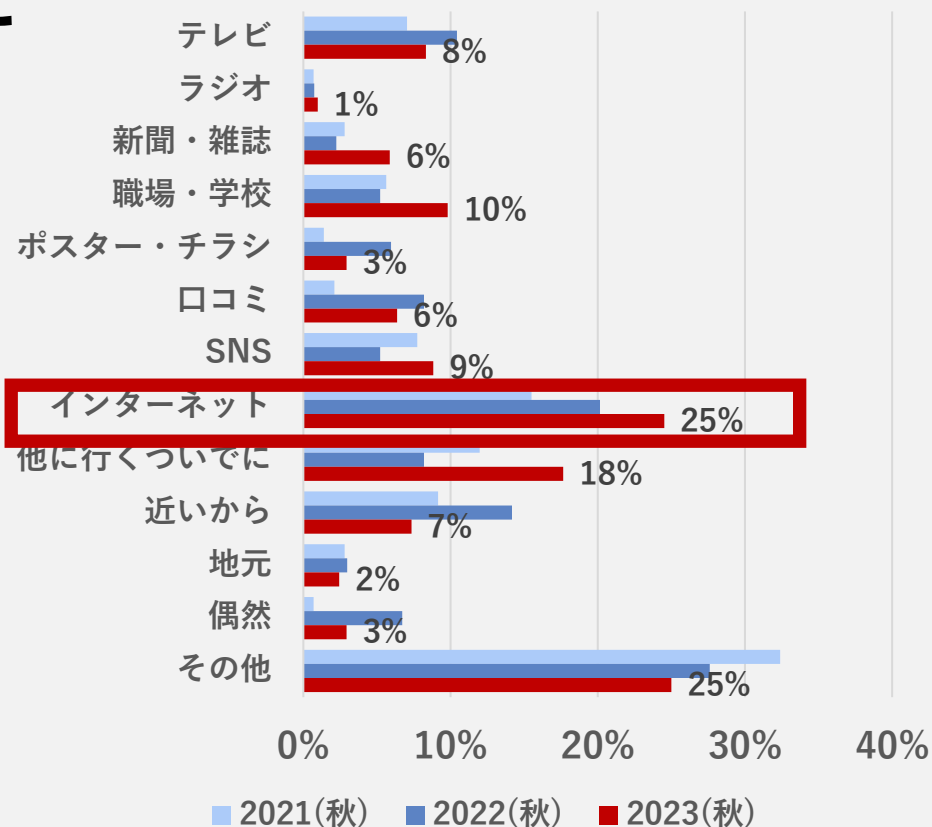
- 釜石への初来訪者が多い
(2022:44% ⇒ 2023:46%)
- リピート率（来訪回数が2回目以上）は54%であり、引き続き高いまま推移
(2022:56% ⇒ 2023:54%)
- 来訪回数が5回以上のハードリピート率は引き続き高い
(2022:33% ⇒ 2023:31%)



来訪のきっかけ

➡インターネットがきっかけによる来訪がさらに増加

- 来訪のきっかけは、
1位：インターネット（25%）
2位：他にいくついでに（18%）
3位：職場・学校（10%）
- 「他にいくついで」の来訪が増え、複数地域を巡る旅行の立寄り地域へ
- 「職場・学校」での来訪が増加しており、『学び』を目的とした来訪が増加（2022:5% ⇒ 2023:10%）



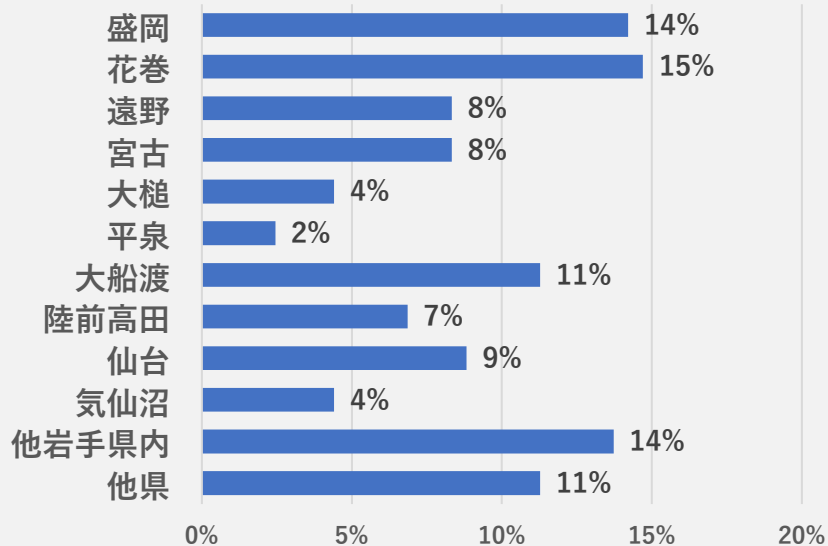
（回答者204名のうち、各項目に対する回答者数（複数回答））

経由地

<釜石まで>

- ・40%が岩手県内陸主要エリアから
- ・31%が岩手県沿岸エリアから

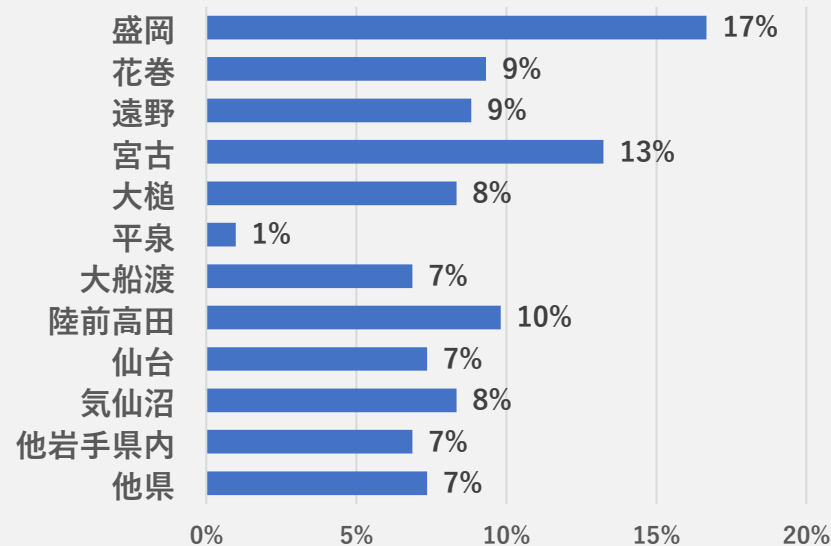
【釜石までの経由地】



<釜石から>

- ・36%が岩手県内陸主要エリアへ
- ・38%が岩手県沿岸エリアへ

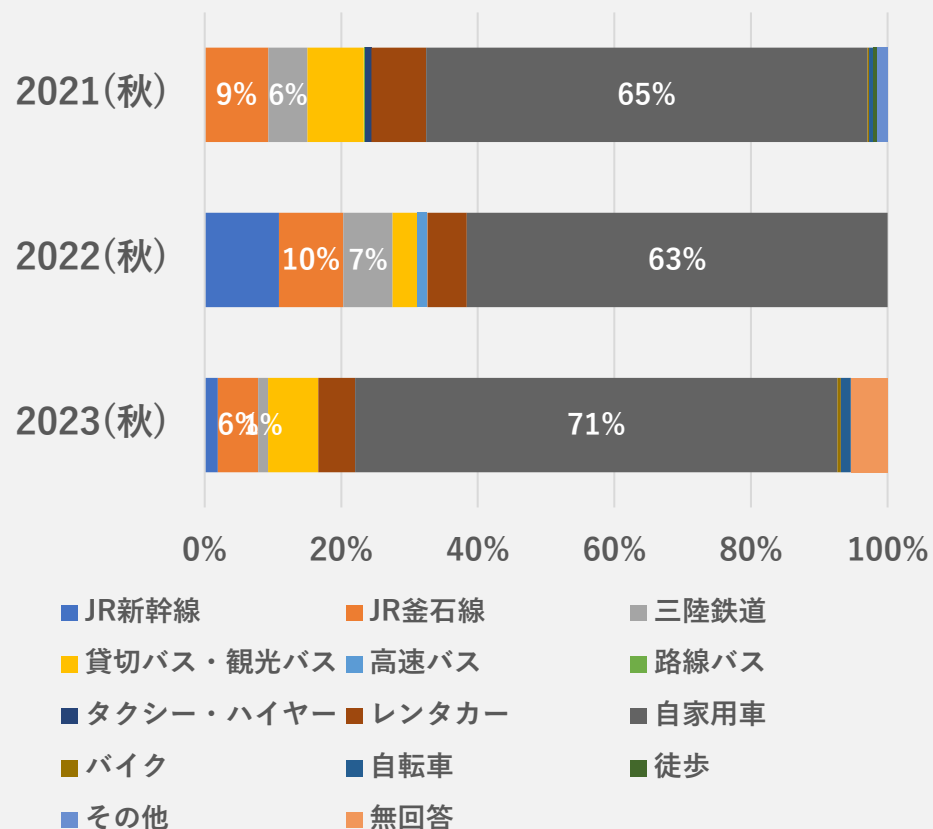
【釜石からの立寄地】



釜石までの交通手段

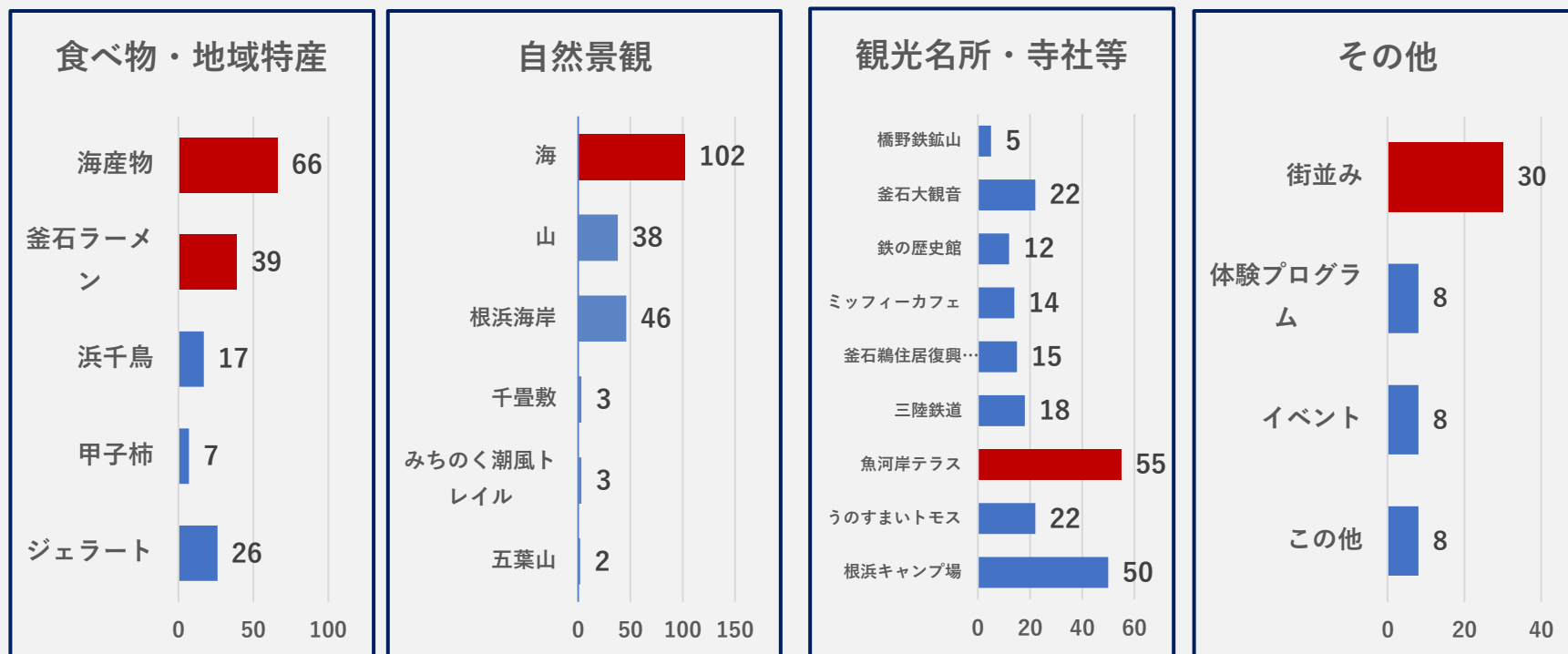
➡車での来訪が大多数

- 交通手段は、
 - 1位：自家用車（71%）
 - 2位：貸切バス（7%）
 - 3位：JR釜石線（6%）
- 団体旅行が増加し、バスでの来訪が増加
 （2022:4% ⇒ 2023:7%）



来訪目当て

➡釜石者の多くは、前年に引き続き、「海」、「海産物」を目当てで来訪している
 また、複数の「観光名所・寺社等」を目当てとした来訪が増加
 （「観光名所・寺社等」の目当て数：2022:128 ⇒ 2023:213）

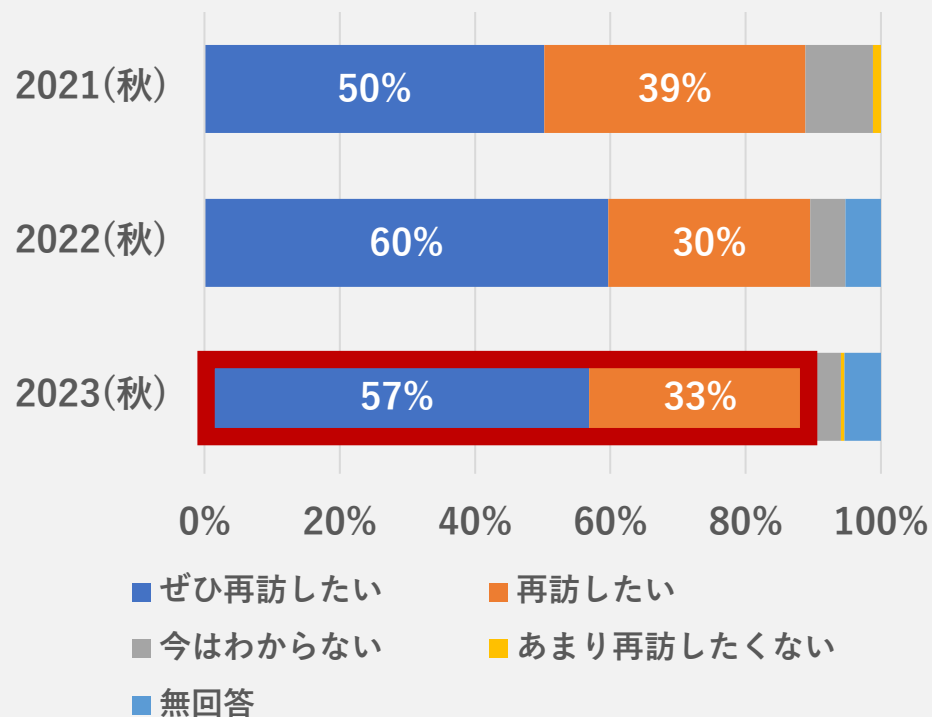


（回答者204名のうち、各項目に対する回答者数（複数回答））

再来訪意欲度

➡引き続き高い水準で推移

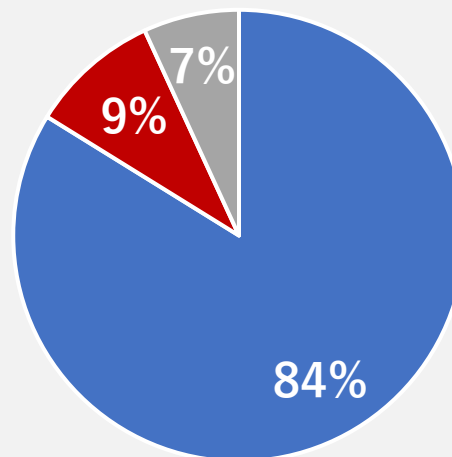
- 「再訪したい」以上は90%であり、前年に続き、高いまま推移
(2022:90% ⇒ 2023:90%)
- 「再訪したい」から「ぜひ再訪したい」観光客を増やしていくため、より魅力的かつ満足度の高い施策を進めていく



来訪者の サステナブル・ツーリズムに対する意識

- 約80%以上の釜石への来訪者が、環境や地域への配慮を持って、旅行をする意識を持っている。
- 地域そのものを感じる旅行、環境など学びにつながる旅行が、釜石へのさらなる誘客へ。

Q.釜石の来訪にあたり、サステナブルな旅を心がけたいですか。



■ はい ■ いいえ ■ 無回答

※サステナブルな旅とは、環境や地域に密着した旅行と定義して質問

経済波及効果分析

➡観光による地域への経済的な影響を分析し、持続的に循環する地域経済の確立を目指す

- 経済波及効果を分析するため、「**産業連関分析**」を実施
(分析ツール：環境省『地域経済循環分析』)

- より地域の特性を反映した分析を実施するため、
 - ・釜石市の産業連関表 (環境省「地域経済循環分析」)
 - ・釜石市観光来訪調査 (かまいしDMC実施) を活用する

- 分析ステップ：①市内観光消費額推定
⇒②産業連関分析

観光振興

観光振興(観光客数の増加)の設定

以下の1~4を入力してください

1. 観光客の増加数を入力してください

観光客の増加数(人) 人

2. 支出金額(観光1回)の原単位を入力してください

支出内容	1人当たり支出金額(円/人・年)		城内調達割合(%)
	日帰り客(円/人・回)	宿泊客(円/人・回)	
コメ、野菜、肉などの農産品、畜産品のお土産(加工品を除く)	<input type="text" value="282"/>	<input type="text" value="679"/>	<input type="text" value="100.0"/>
魚、えび、かに、いか、海藻などの水産品のお土産(加工品を除く)	<input type="text" value="282"/>	<input type="text" value="679"/>	<input type="text" value="100.0"/>
肉や魚、乳製品などの加工食品、飲料などの飲食物品の加工品のお土産(外食を除く)	<input type="text" value="282"/>	<input type="text" value="679"/>	<input type="text" value="22.3"/>
キーホルダーなどの雑貨、民芸品	<input type="text" value="282"/>	<input type="text" value="679"/>	<input type="text" value="18.7"/>
飲食、宿泊などの対個人サービス	<input type="text" value="3,157"/>	<input type="text" value="12,519"/>	<input type="text" value="44.4"/>
温泉、遊園地、美術館、博物館等の娯楽サービス	<input type="text" value="51"/>	<input type="text" value="201"/>	<input type="text" value="22.3"/>

3. 観光客のうち宿泊客の割合を入力してください

観光客のうち宿泊客の割合(%) %

4. 複数年の効果を算出する場合は事業年数、割引率を入力してください

事業年数(年) 年

割引率(%) %

<https://www.env.go.jp/policy/circulation/>

経済波及効果分析① (2022年度)

➡市内観光消費額：26.53億円

- 東洋大学国際観光学部古屋教授の監修のもと、「観光消費額」の推定を実施。

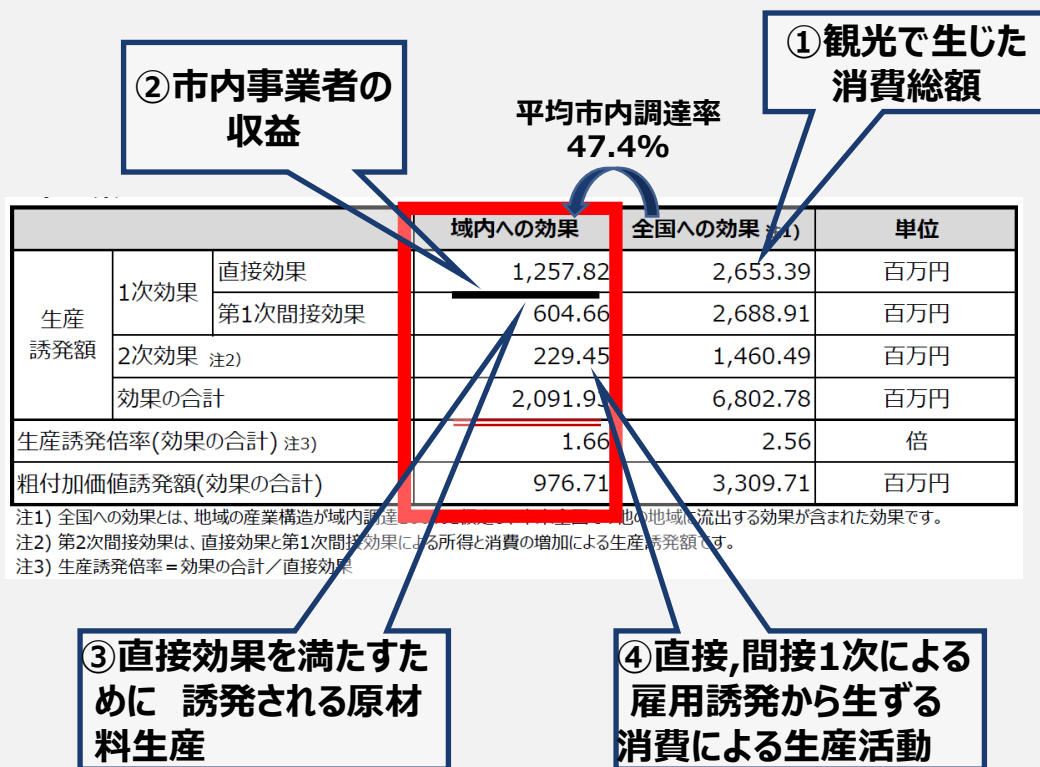
(分析では、2022年度延べ観光入込客数・宿泊者数データ、2023年度消費額調査データを利用)

- 宿泊客：15,436円/人** <実宿泊客数：108,300人>
 - ・市内宿泊率は約32%
 - ・市内宿泊日数は1.2泊
- 日帰り客：4,338円/人** <実日帰り入込客数：344,500人>
 - ・日帰り客の市内観光スポットへの平均立寄り箇所数は2.06箇所

一人当たり宿泊・日帰り別市内観光消費額 (円/人)

区分	宿泊客	日帰り客
交通費	2,726	1,421
宿泊費	5,672	0
おみやげ代	2,716	1,129
飲食費	3,741	1,701
入場料	201	51
その他	378	34
合計	15,436	4,338

経済波及効果分析② (2022年度)



2) 事業効果 (産業別)

(単位: 百万円)

No.	産業名	直接効果	第1次間接効果	2次効果	効果の合計
1	農業	137.36	58.18	1.85	197.39
2	林業	137.36	1.68	0.02	139.06
3	水産業	0.00	0.11	0.00	0.11
4	鉱業	0.00	5.03	1.83	6.86
5	食料品	30.63	203.25	7.73	241.61
6	繊維製品	0.00	6.49	2.20	8.69
7	パルプ・紙・紙加工品	0.00	11.33	0.94	12.26
8	化学	0.00	19.03	4.81	23.84
9	石油・石炭製品	0.00	9.15	5.78	14.94
10	窯業・土石製品	0.00	2.37	3.26	5.63
11	鉄鋼	0.00	2.05	6.37	8.42
12	非鉄金属	0.00	1.40	1.93	3.32
13	金属製品	0.00	4.51	5.57	10.08
14	はん用・生産用・業務用機械	0.00	0.69	6.18	6.87
15	電子部品・デバイス	0.00	0.28	0.34	0.62
16	電気機械	0.00	0.35	5.07	5.41
17	情報・通信機器	0.00	0.22	4.76	4.98
18	輸送用機械	0.00	1.28	7.00	8.28
19	印刷業	0.00	2.74	0.48	3.22
20	その他の製造業	25.69	20.89	5.96	52.54
21	電気業	0.00	30.78	2.81	33.58
22	ガス・熱供給業	0.00	17.80	0.53	18.33
23	水道業	0.00	0.00	0.00	0.00
24	廃棄物処理業	0.00	14.57	2.73	17.30
25	建設業	0.00	2.46	69.08	71.54
26	卸売業	0.00	65.00	9.18	74.19
27	小売業	0.00	15.24	3.49	18.73
28	運輸・郵便業	0.00	28.68	4.11	32.80
29	宿泊・飲食サービス業	919.37	3.98	4.39	927.74
30	情報通信業	0.00	20.47	9.60	30.07
31	金融・保険業	0.00	8.84	4.24	13.08
32	住宅賃貸業	0.00	0.44	8.15	8.60
33	その他の不動産業	0.00	9.03	1.64	10.68
34	専門・科学技術・業務支援サービス業	0.00	27.48	6.77	34.24
35	公務	0.00	0.00	2.63	2.63
36	教育	0.00	0.36	7.09	7.45
37	保健衛生・社会事業	0.00	0.07	17.27	17.34
38	その他のサービス	7.43	8.40	3.66	19.49
合計		1,257.82	604.66	229.45	2,091.93

経済波及効果分析③ (2022年度)

➡観光による経済効果：20.92億円

- 東洋大学国際観光学部古屋教授の監修のもと、「**産業連関分析**」を実施。
- ①**直接効果：12.58億円**
…観光での消費のうち、市内での生産に関わるもの
- ②**間接一次効果：6.05億円**
…観光によって生産が増えた産業で新たに必要となった原材料の生産
- ③**間接二次効果：2.29億円**
…①、②での雇用から生まれる消費によるさらなる生産

観光による経済波及効果が大きい 上位5産業部門	
宿泊・飲食サービス業	9億3,000万円
食料品	2億4,000万円
農業	2億円
水産業	1億4,000万円
卸売業	7,000万円

経済波及効果を高めるために

- ◆ 延べ観光入込客数の増加
- ◆ 観光消費額の増加やそれにつながる滞在時間の長期化
- ◆ 市内調達率の向上

経済波及効果の推移

➔ 2021年度から2022年度にかけて
観光による消費額および経済効果は約2億円増加

2021年

- 実宿泊客数：83,900人
<宿泊客：16,407円/人>
- 実日帰り入込客数：211,800人
<日帰り客：5,096円/人>
- 市内観光消費額：24.57億円
- 観光による経済効果：19.08億円
 - ①直接効果：11.53億円
 - ②間接一次効果：5.47億円
 - ③間接二次効果：2.08億円



2022年

- 実宿泊客数：108,300人
<宿泊客：15,436円/人>
- 実日帰り入込客数：344,500人
<日帰り客：4,338円/人>
- 市内観光消費額：26.53億円
- 観光による経済効果：20.92億円
 - ①直接効果：12.58億円
 - ②間接一次効果：6.05億円
 - ③間接二次効果：2.29億円

2

企業版ワークショップの 取組みについて

1. 釜石共創型ワーケーション動画

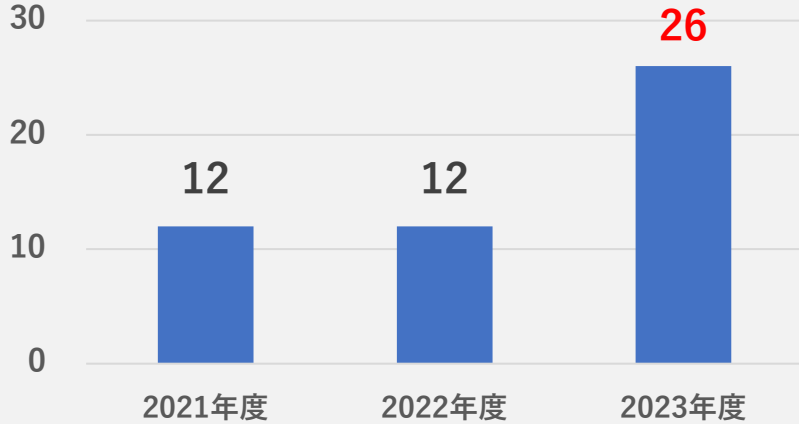
ワーケーション動画挿入

2. 2023年度企業版ワーケーション等実績

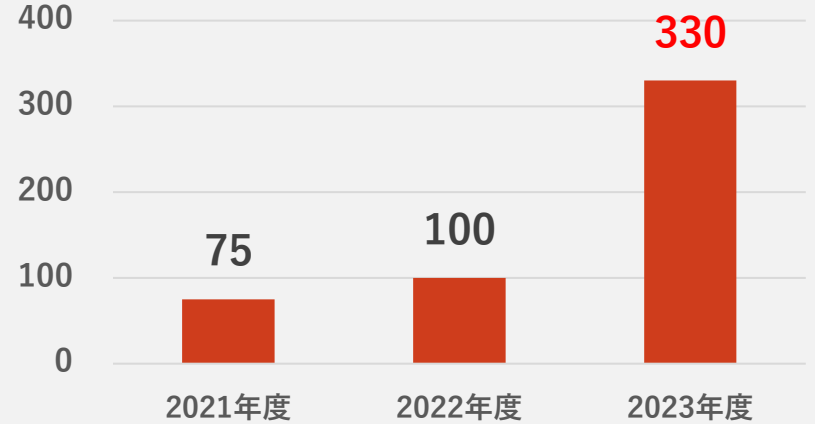
	単位	ワーケーション	視察・研修	フィールドスタディ	合計
延べ実施回	回	26	14	2	42
延べ参加企業数	団体	33	55	2	90
滞在日数	日	83	26	7	116
宿泊日数	泊	57	12	5	74
参加人数	人	291	129	46	466
事務局含む参加人数	人	330	131	58	519
創出宿泊数	人泊	703	143	160	1,006
合計消費額	円	19,291,500	8,372,130	2,496,400	30,160,030
-プログラム費	円	5,644,100	5,382,900	660,400	11,687,400
-宿泊費	円	6,600,000	1,113,680	2,140,000	9,853,680
-飲食費	円	4,408,400	1,263,050	16,000	5,687,450
-お土産費	円	2,559,000	612,500	10,000	3,181,500

3. これまでの企業版ワーケーションの実績

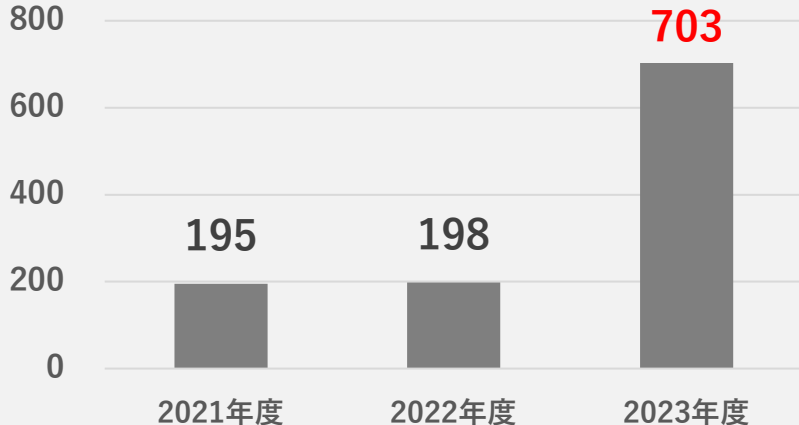
①延べ実施回数（回）



②ワーケーション参加人数（人）



③創出宿泊人泊数（人泊）



④創出消費額（円）



3

地域活性化のための 観光教育推進事業報告

1. 釜石の観光教育の目的

地域の課題

担い手の不足

一次産業をはじめとして、地域の未来を担う人材不足による産業の衰退

観光への理解不足

釜石のサステナブルツーリズムが高く評価されて、観光需要が高まっている中、若い世代を中心に、まだ観光への取組があまり知られていない

地域への愛着

地域の仕事や地域資源に触れる機会が少なく、地域への愛着や誇りの醸成が不十分となっている

観光教育の目的

<地域の未来を担う人材>

観光教育を通じて、多くの人と触れ合い、地域の仕事やその面白さを知ることで、市内での就職を希望する学生を増やす。

<地域に対する誇り>

地域の価値を再認識し、地域への愛着や誇りの醸成を促進。釜石の魅力を市外に伝えていく人を増やす。

<生徒の探究心向上>

「地域を学ぶ面白さ」を実感してもらうことで、探究心溢れる人材へ。

2. 持続可能な観光教育に向けて

方針

①地域事業者を巻き込んだ観光教育推進体制の確立

②学生が主体的に学べる環境整備

③釜石出身でない先生も観光を教えることができる

具体的施策

釜石持続可能な観光教育協議会の設立

- ・観光教育の持続化に向け、観光教育の在り方を検討する協議会を設立。
- ・行政・高校・市内事業者併せて10団体で構成。
- ・これまで3回の協議会を実施。



地域を学ぶフィールドスタディの実践

- ・地域の人から、仕事やこれまでの経験を学ぶことで、釜石を改めて理解することを目的として、実際に訪問するフィールドスタディを実施。
- ・発表の場を設けることで、観光教育のゴールを明確化。



理解促進につながる教材の制作

- ・「観光ビジネス」の教科書で学んだことを、釜石に置き換え、地域の理解につながる副読本の制作
- ・学生だけでなく、新たに赴任した先生も、釜石の観光について理解を深められる動画教材を制作



【教材動画】「観光オープンフィールドミュージアム-サステナブル・ツーリズムの発展～」(高学年「観光ビジネス」副教材動画制作委員会DMC)

3. 地域を学ぶフィールドスタディ

受講生

学校名：岩手県立釜石商工高等学校
 受講生：総合情報科 2年生 5名

フィールドスタディの目的

- ✓ 多くの方と触れ合い、釜石の観光資源を知ること
- ✓ マーケティング知識の実際の活用を学ぶ



釜石オープン・フィールド・ミュージアム

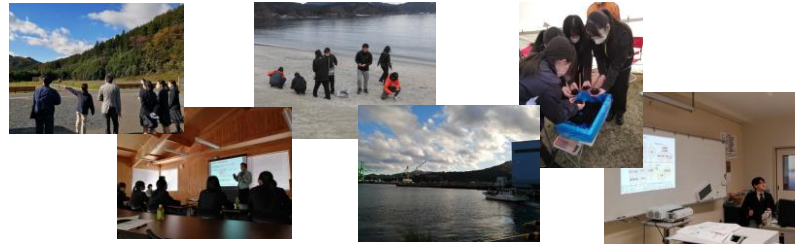
地域の文化・自然・施設・住まう人々・生業を「展示物」と見立て、まち全体が「屋根のない博物館」

フィールドスタディの内容（1授業：約50分）

初回オリエンテーション



フィールドスタディ（全6回）



学習成果発表



4. 共創の「オープン・フィールド・ミュージアム」と 互惠学習の「オープン・フィールド・カレッジ」



オープン・フィールド・ミュージアム

共創

- ・震災からの教訓を学ぶ
- ・自然・文化を知る
- ・環境問題を考える

住民と来訪者が共に地域を創る

- ・地域 ⇄ 来訪者
- ・来訪者 ⇄ 来訪者のシナジー



オープン・フィールド・カレッジ

互惠学習

・漁業や林業といった1次産業から、3次産業までを体験し、キャリア形成に資する学習プログラムを提供。域外から釜石を学びたい来訪者を増やす。

・釜石のフィールドスタディを大学等に展開し、持続的な交流人口を増やすほか、来訪者が地域の未来に還元できるような『フィールドスタディ先進地』を目指す。



一人ひとりが学びあい
世界とつながる未来を創るまちかまいしへ

4

グリーン・デスティネーションズ
アワード
ゴールド賞受賞

1. GDアワード ゴールド賞受賞

国際認証機関グリーン・デスティネーションズより、持続可能な地域づくりに関する6つの主要テーマに基づいた評価項目に対し、80%の項目に対し評価を得たことから、日本初となる「ゴールド賞」を受賞

(主要テーマ)

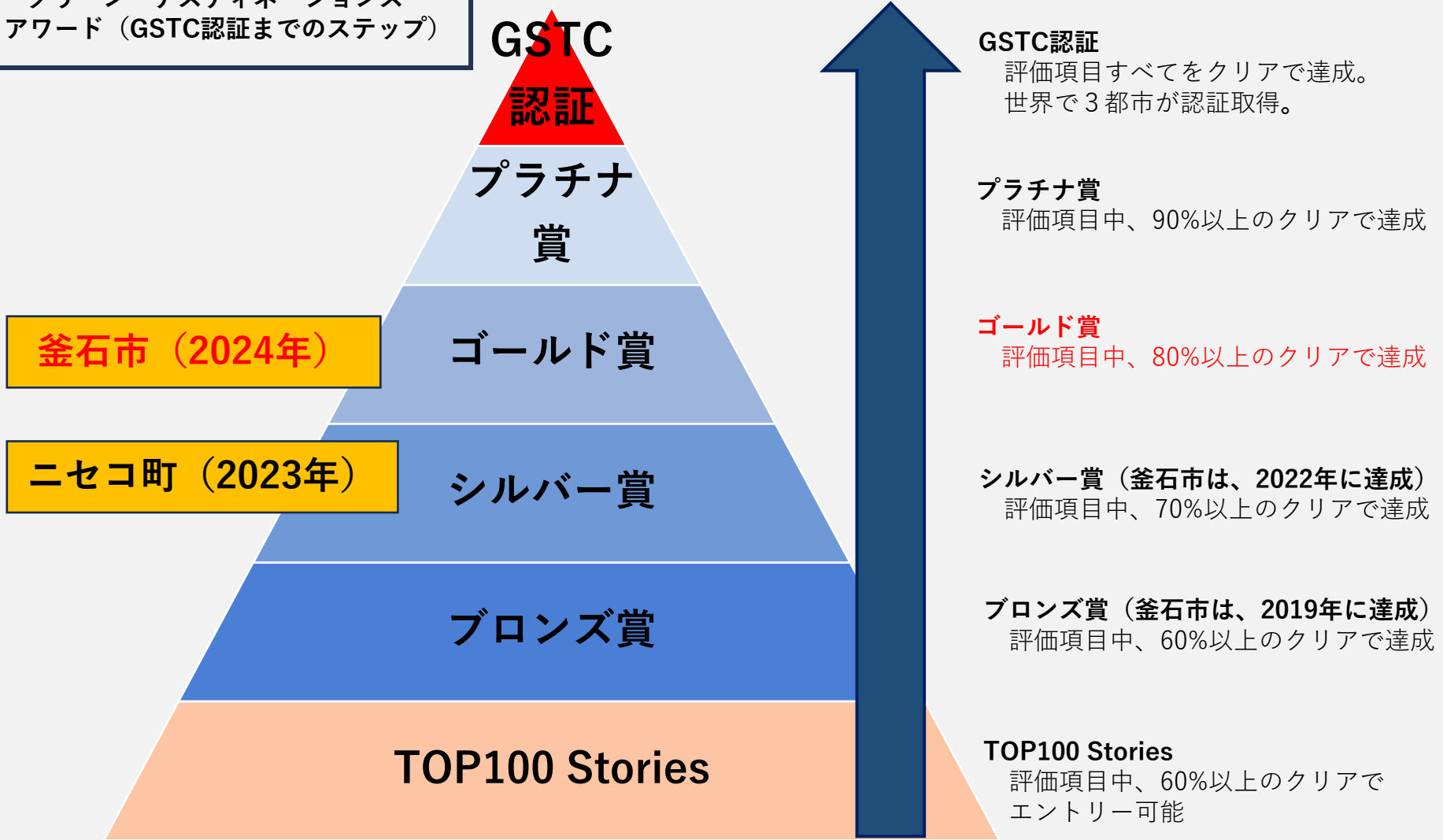
観光地管理、自然と景観、環境と気候、文化と伝統、社会福祉、ビジネスとコミュニケーション



- ※1 サステナブルツーリズム(Sustainable Tourism)とは…
訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光《国連世界観光機関（UNWTO）により定義》
- ※2 グリーン・デスティネーションズ(Green Destinations)とは…
オランダの非営利団体で持続可能な観光に関する取組みを認証する機関。
持続可能な観光の取組みを地域単位で評価し、国際的な表彰や認証を行っている。

2. 国内におけるアワード受賞状況

グリーン・デスティネーションズ・アワード (GSTC認証までのステップ)



※アワード (ブロンズ賞以上) は、国内では、釜石市とニセコ町のみ受賞