



2023年
一関市・平泉町 観光統計データ分析
一関・平泉観光アンケート調査結果

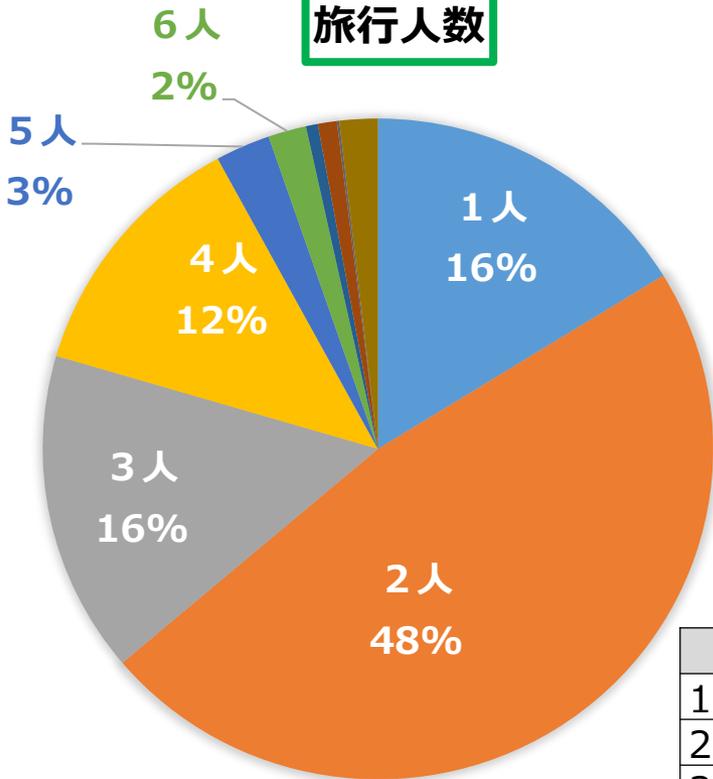
一般社団法人

世界遺産平泉◆一関DMO

HIRAIZUMI-ICHINOSEKI Destination Management Organization

2023年度 一関・平泉観光アンケート調査結果

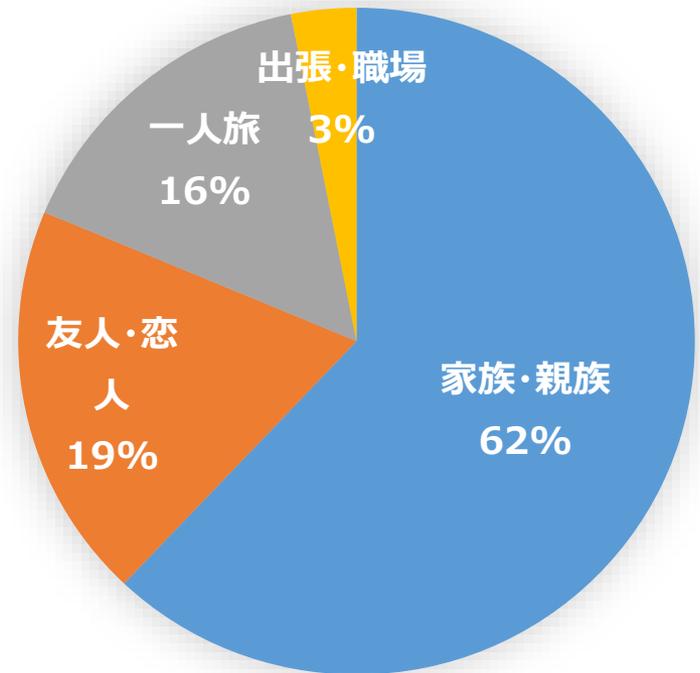
旅行人数



旅行人数シェア	
1人	16%
2人	48%
3人	16%
4人	13%
5人	3%
6人	2%
7人	1%
8人	1%
9人	0%
10人以上	2%

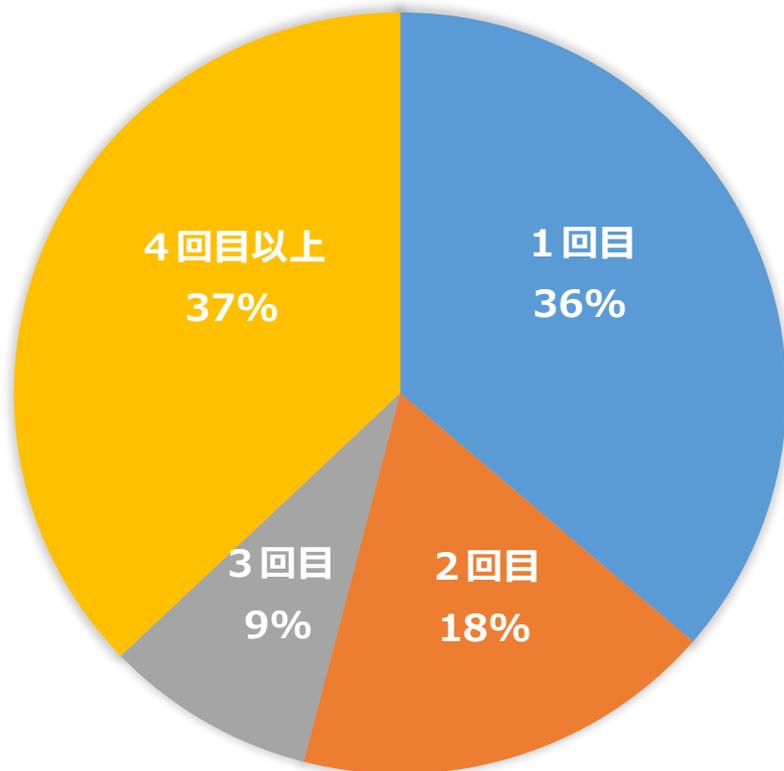
2名以下が64%、3名以下となると80%を占めており、少人数化が目立ちます。

同行者



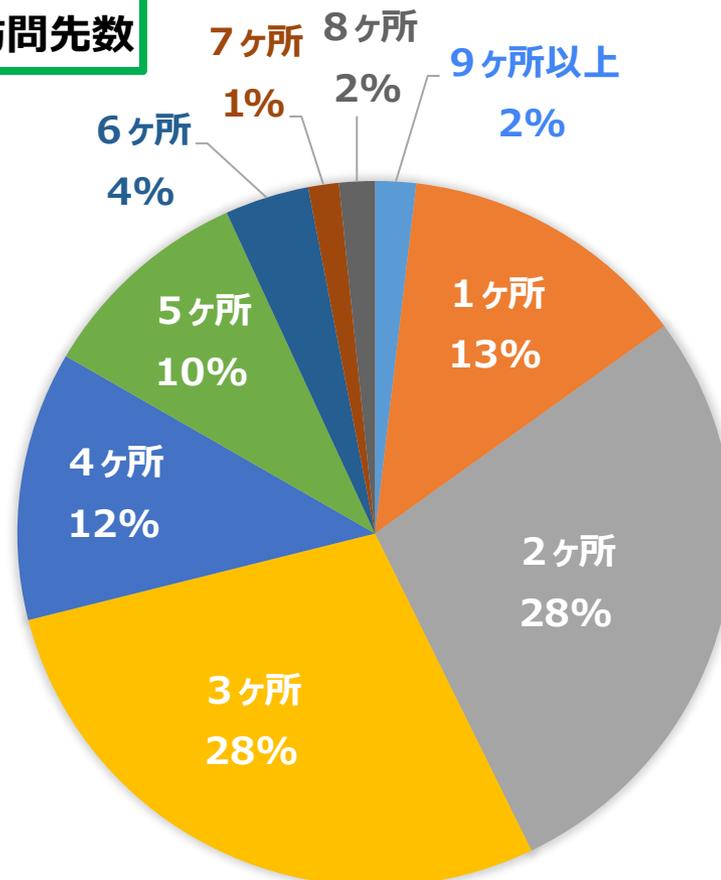
- ・調査期間：2023年3月17日～10月31日現在
- ・調査方法：一関市・平泉町内観光地等50ヶ所での掲示にて、オンライン回答
- ・n=870 ◆当社調べ

エリア来訪回数



リピート率（2回目以上）
64%

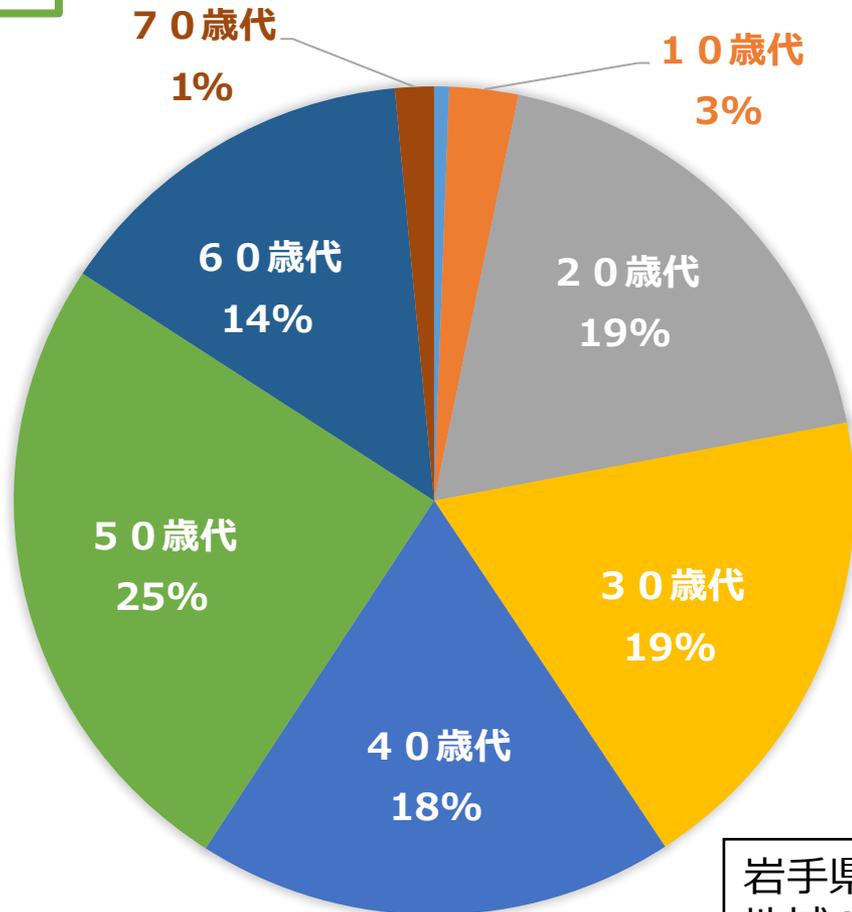
エリア内訪問先数



平均訪問先数
3.1ヶ所

2023年度 一関・平泉観光アンケート調査結果

年代



一関市・平泉町 2023年データ	
20代	19%
30代	19%
40代	18%
50代	25%
60代	14%
70代	1%

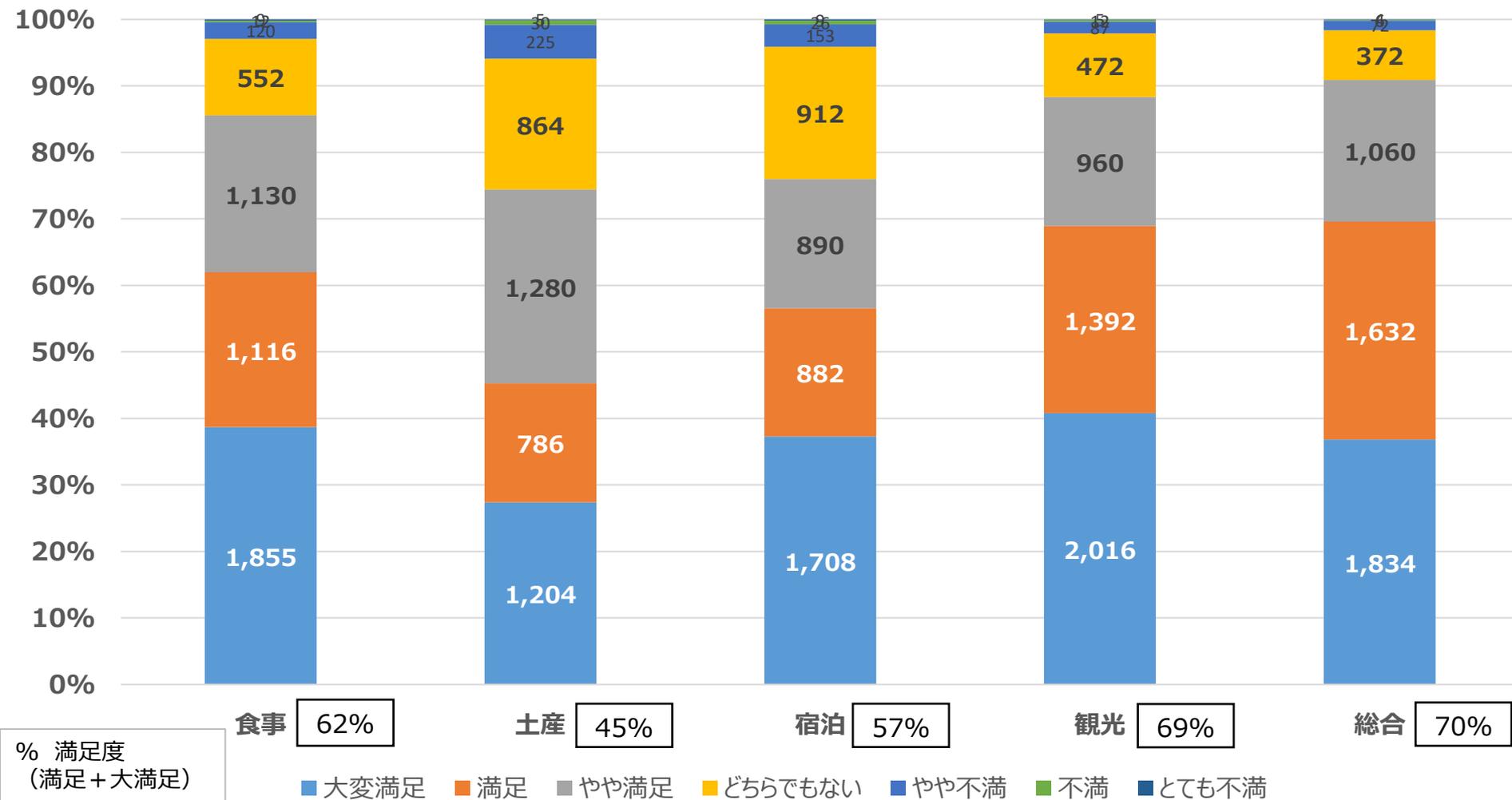
岩手県 2022年統計	
20代	11%
30代	15%
40代	19%
50代	20%
60代	19%
70代	12%

岩手県の統計データと比較すると、20代、30代、50代は当
地域の方がシェアが高く、60代以上が少ない傾向です。

当社がメインターゲットとしている20代～40代の層は56%。

2023年度 一関・平泉観光アンケート調査結果

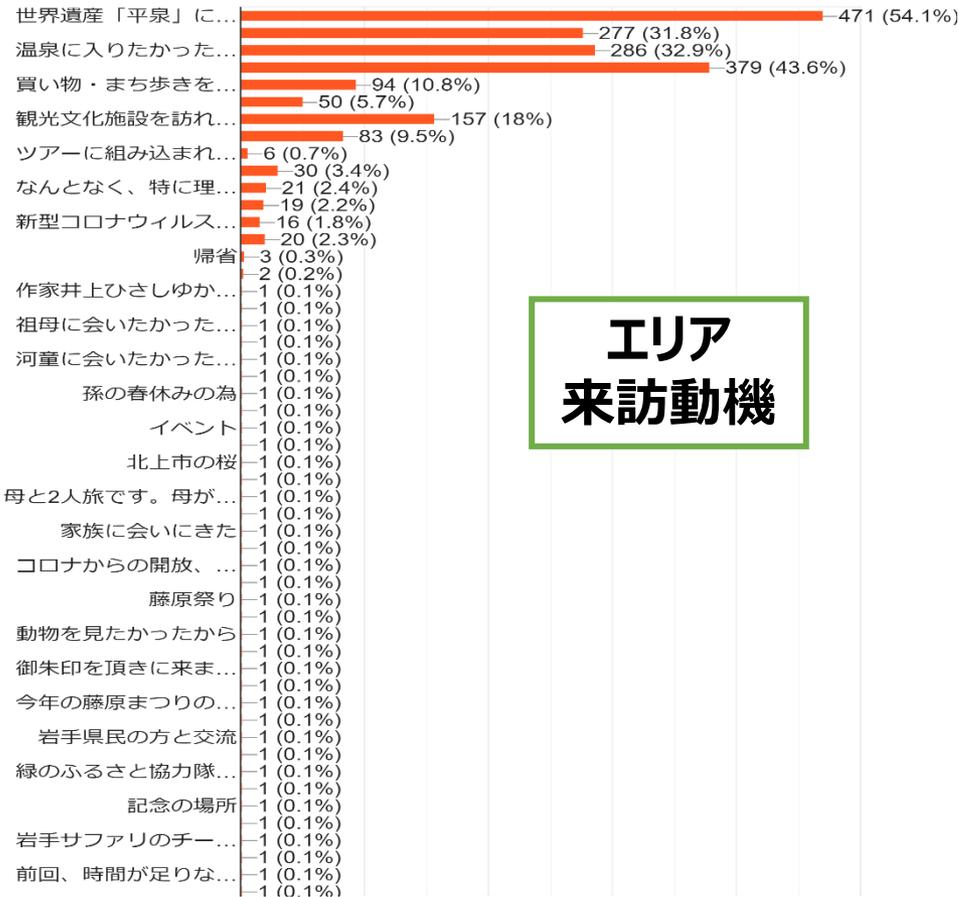
エリア内の満足度



土産の満足度が低い。昨年調査時も満足度47%と低調でした。

2023年度 一関・平泉観光アンケート調査結果

今回の旅行で、平泉・一関エリアを訪れた主な目的は何ですか（複数回答可）
870件の回答



エリア 来訪動機

- ・調査期間：2023年3月17日～10月31日現在
- ・調査方法：一関市・平泉町内観光地等50ヶ所での掲示にて、オンライン回答
- ・n=870 ◆当社調べ

- ### 当エリアを訪れた目的（動機）ベスト10
- 1位：世界遺産平泉・・・54%
 - 2位：自然・景勝地・・・44%
 - 3位：温泉・・・33%
 - 4位：食べ物・・・32%
 - 5位：観光文化施設・・・18%
 - 6位：買い物・街歩き・・・11%
 - 7位：地域の文化に触れる・・・10%
 - 8位：お祭りなどのイベント・・・6%
 - 9位：ビジネス・・・3%
 - 10位：ツアーに組み込まれていた・・・1%

来訪動機でも「ショッピング・街歩き」が低い数値となっており、満足度の調査結果からも当地域の最大の課題は、「街歩きしながら買い物できるスポット」が不足していることと考えます。
伊勢神宮を有する伊勢市のR1年調査で、来訪目的は参拝が1位で79%でした。また、立ち寄った観光地では内宮が79%、次いでおかげ横丁・おはらい町が78%という結果となりました。このことから参拝＋買い物・街歩きを来訪目的としていることが分かります。
また、イベントを来訪動機としている方は非常に少ないです。観光誘客を目的とするイベントについては、イベント自体の集客を求めるのではなくイベントを起源とする地域活性化に向けての戦略の構築が重要であると考えます。

データから読み取れること

20代から40代のお客様が約6割を占める。世界遺産平泉や自然、温泉の癒しに期待してきている

⇒とはいえ、**土産物に不満**（満足度45%）を感じている

（仮説）

リピーターは約6割を占める中、新しい土産、新しいお店がないことに不満を感じているのではないか？

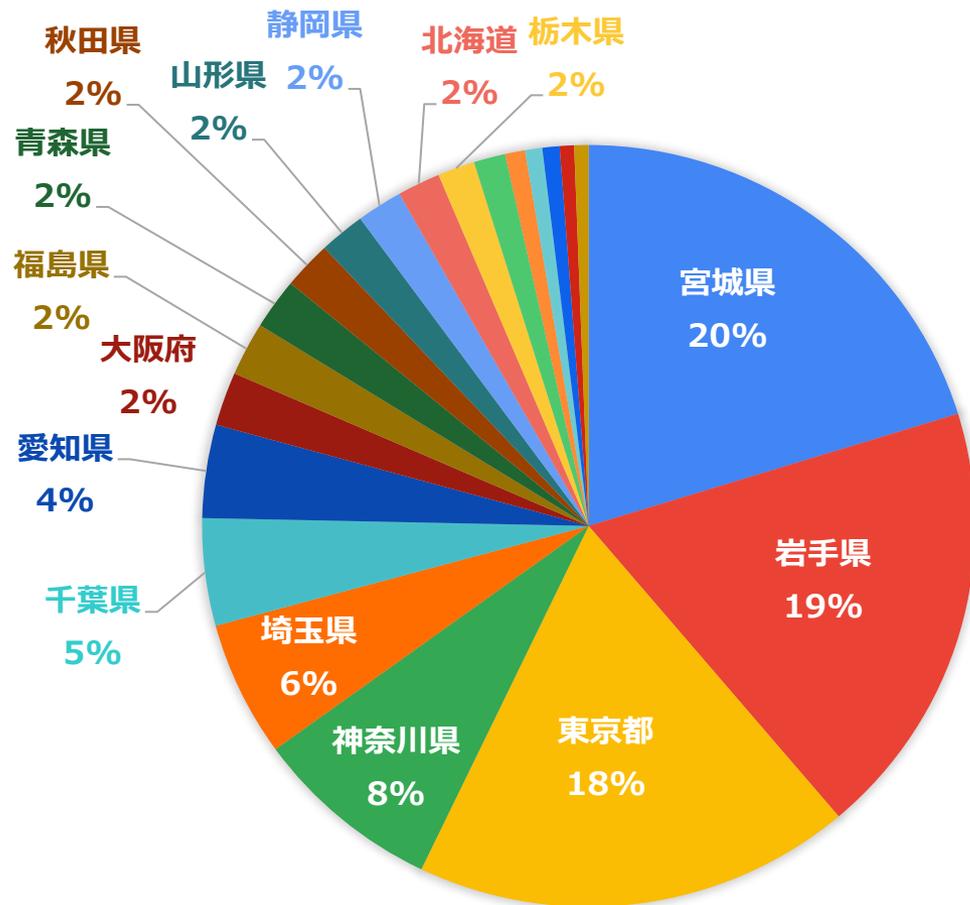
販売物やお店が新陳代謝しておらず、観光地としては圧倒的に賑わいが少ないため、街歩きに対する期待値の低迷につながっているのでは？

⇒街歩きしたくなるような賑わいの創出で20代から40代のお客様やリピーターの満足度向上を図る！

⇒消費単価向上！

2023年度 一関・平泉観光アンケート調査結果

来訪者の居住地



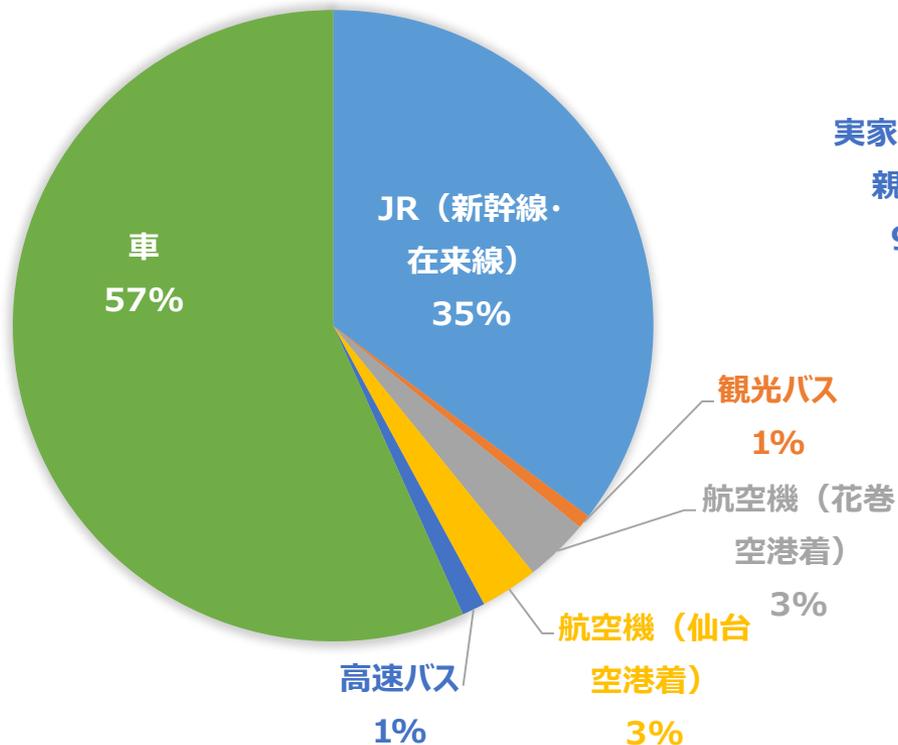
- ・調査期間：2023年3月17日～10月31日現在
- ・調査方法：一関市・平泉町内観光地等50ヶ所での掲示にて、オンライン回答
- ・n=870 ◆当社調べ

居住地別シェア	
東北	47% (46%)
首都圏	37% (35%)
その他	16% (19%)

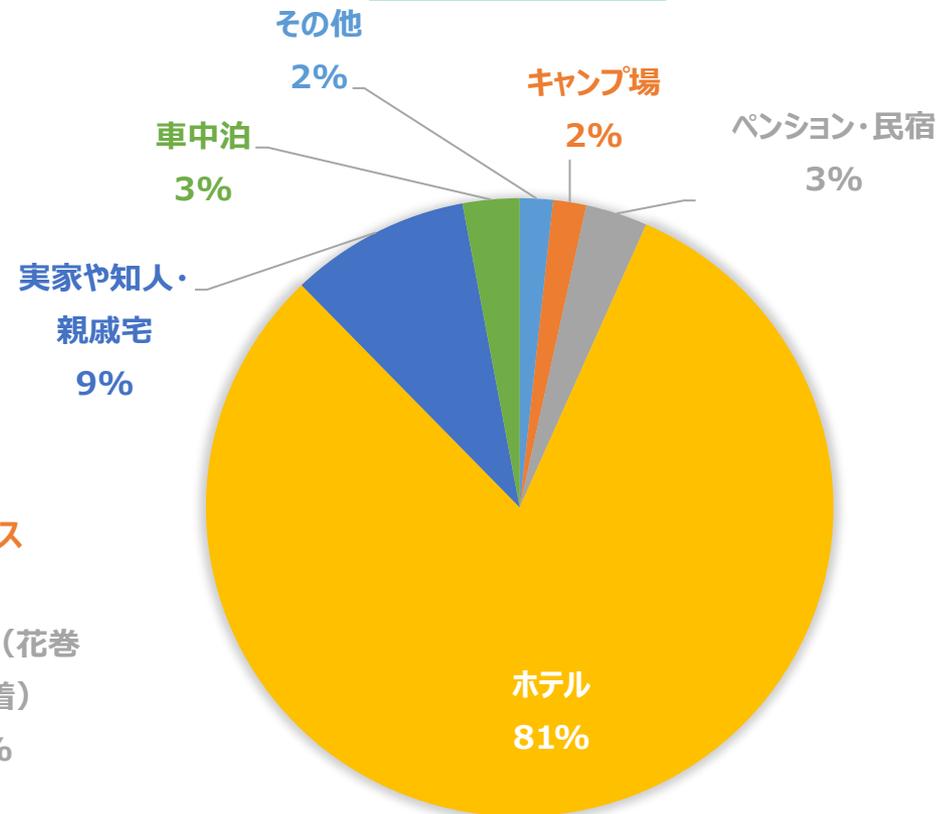
() は昨年の数値

コロナ禍において域内観光需要が加速しましたが、アフターコロナにおいても地域内観光は一定数残ることが想定されます。

エリアへの主な交通手段



宿泊施設・形態



車での来訪は東北エリアからの来訪者46%を上回る数値となっており、コロナ禍による影響が考えられますが、ウィズコロナ、アフターコロナにおいてもこの傾向は一定数残るのではないかと推測します。

データから読み取れること

東北地方以外からの来訪者も一定数、**車を利用**して訪れている

メリット

2次交通が脆弱な観光地もカバーされる

デメリット

観光、飲食の衝動買いのチャンスが阻害される

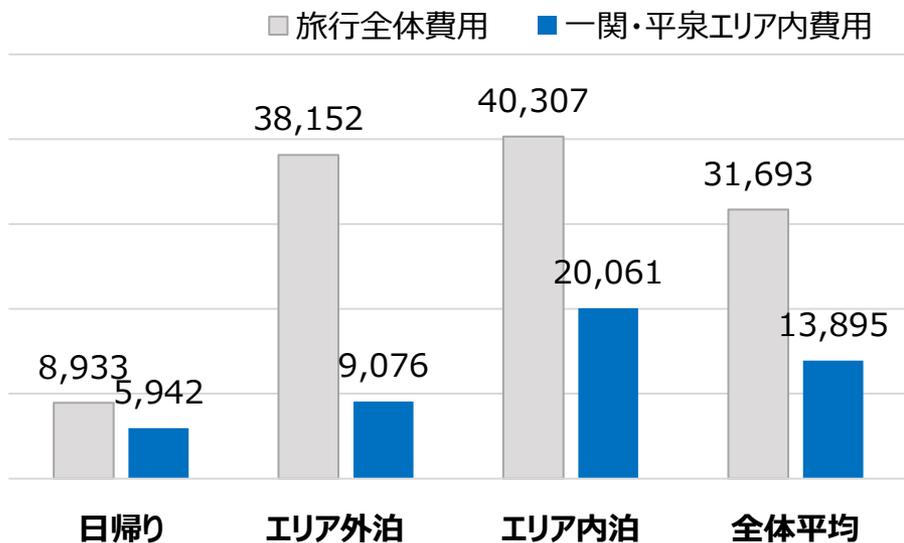
(解決案)

中尊寺、毛越寺に続く中尊寺通りに観光スポットや飲食の出店を促し、賑わいのある街並みにすれば道の駅平泉（又はガイダンスセンター）に車を停めて街歩きしてくれるのではないかと？

⇒観光消費単価向上にもつながる

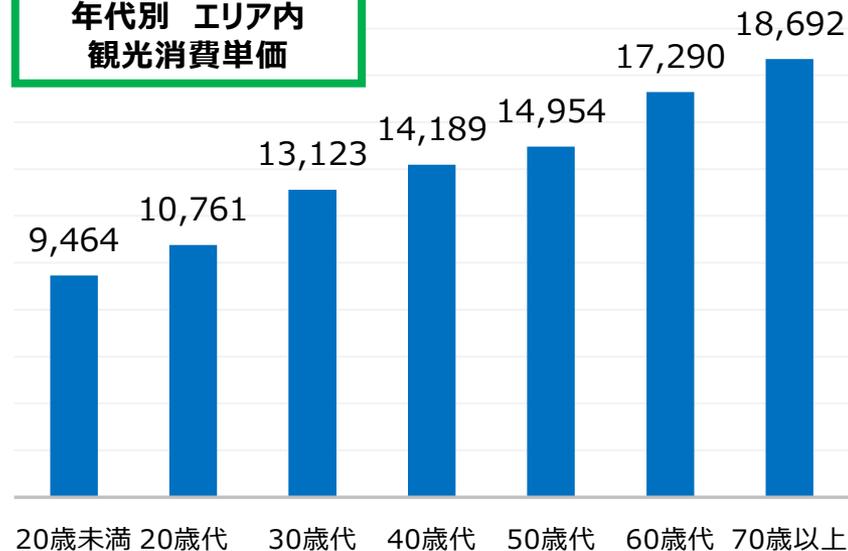
(単位：円)

観光消費単価



エリア内宿泊のエリア内観光消費単価が最も大きい。また、エリア外宿泊でも日帰りよりはエリア内観光消費単価は高くなっています。

年代別 エリア内 観光消費単価



年代別では年齢と観光消費単価が比例している。更に60歳代以上が高くなる傾向にあります。

居住地別消費単価



居住地別では、県内、東北の順で消費単価は低くなっています。東北と東北地域以外の差は約2倍です。アクセス別消費単価は居住地別に連動して車利用が低くなっています。

アクセス別消費単価

