

WEBアンケート調査結果

R2-R4比較レポート

2023年8月
(一社) 田沢湖・角館観光協会

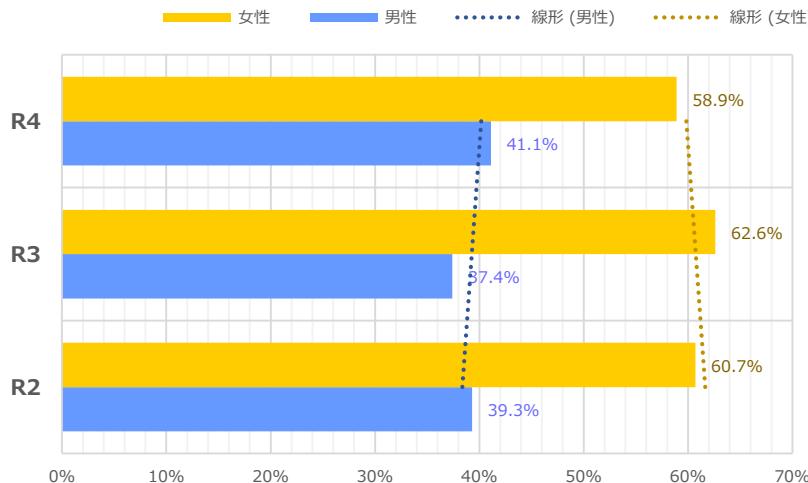
■ 調査概要

	令和2年度	令和3年度	令和4年度
実施期間	令和2年12月1日～ 令和3年月末	令和3年4月1日～ 令和4年3月末	令和4年4月1日～ 令和5年3月末
対象者	仙北市を訪れた観光客		
目的	仙北市を訪れる観光客について各項目における動態データを収集し、現状把握と課題抽出によって関係各社と共に継続的な観光地域づくりに活用する		
アンケート仕様	インターネット上へのGoogle Form設置		
展開先	①田沢湖・角館観光協会HP上 ②観光事業者施設・店頭にて卓上ポップ設置		
有効回答者数	1701件	1470件	443件 (※母数減少は協会HP上のバナー掲載中止による影響)
無回答者	データ上非表示		
調査時の社会的状況	新型コロナウイルス感染症対策として外出や移動の自粛、飲食店の営業時間短縮等が政府より要請された。	東京を中心に緊急事態宣言発令、まん延防止等重点措置発布。10月～12月は政府からの関連要請はゼロ。	10月～は入国制限緩和、ワクチン接種率の増加、全国旅行支援等により国内客を中心に客足が戻りつつあった。

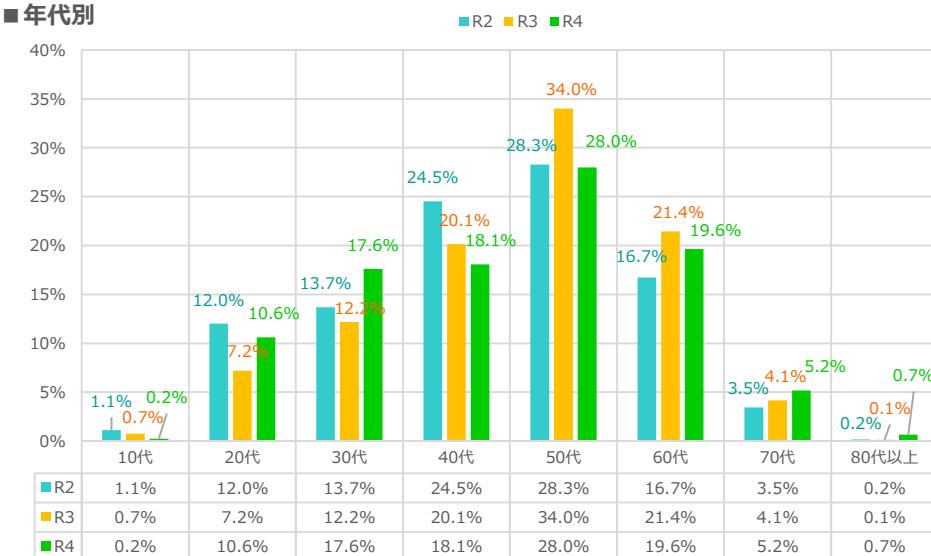
性別、年代別、住所（上位10カ所）

- 3年間で最も増えた年代（および伸び率）は、「30代」+5.4%、「70代」+1.7%、「80代」+0.6%。
- 住所別（上位10位以内）では「秋田県」が-59.9%と大幅減に対し、「岩手県」を除くすべての都道府県が増加。最も高い伸び率は「埼玉県」+6.2%で、「神奈川県」+5.0%、「青森県」+4.7%が続いた。

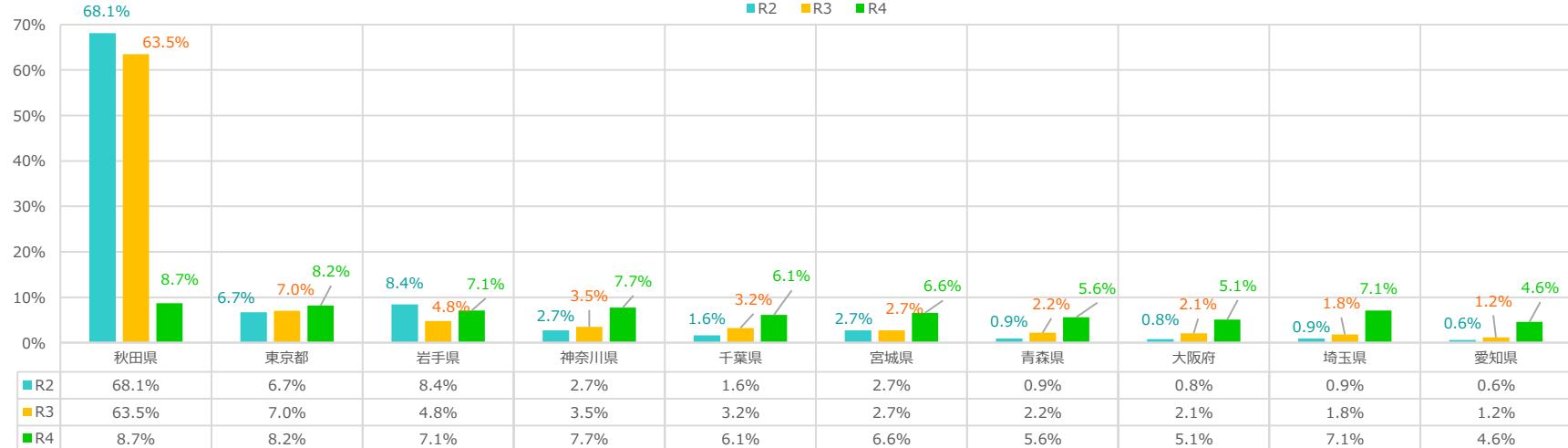
■性別



■年代別



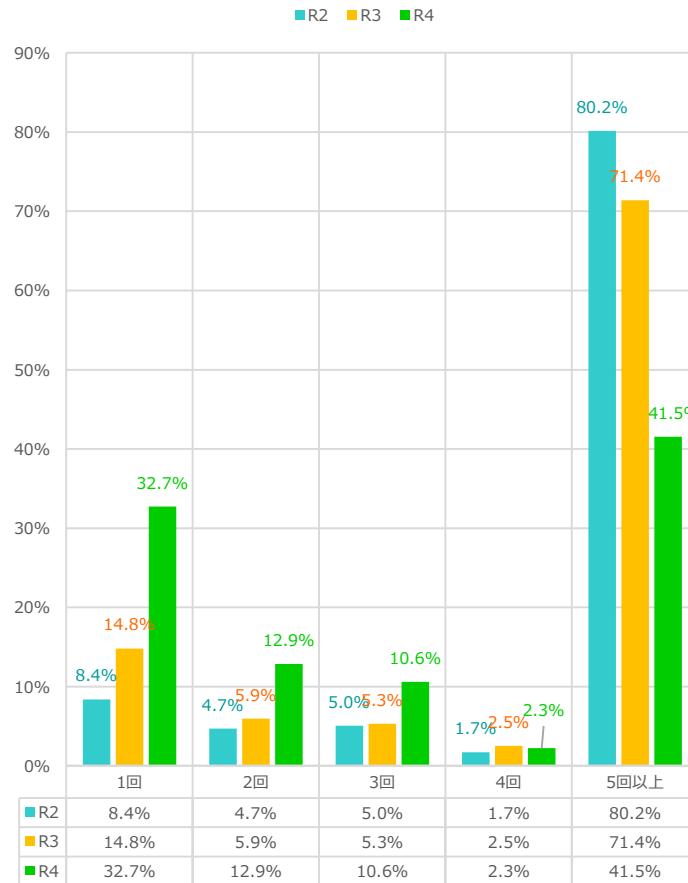
■住所（上位10カ所）



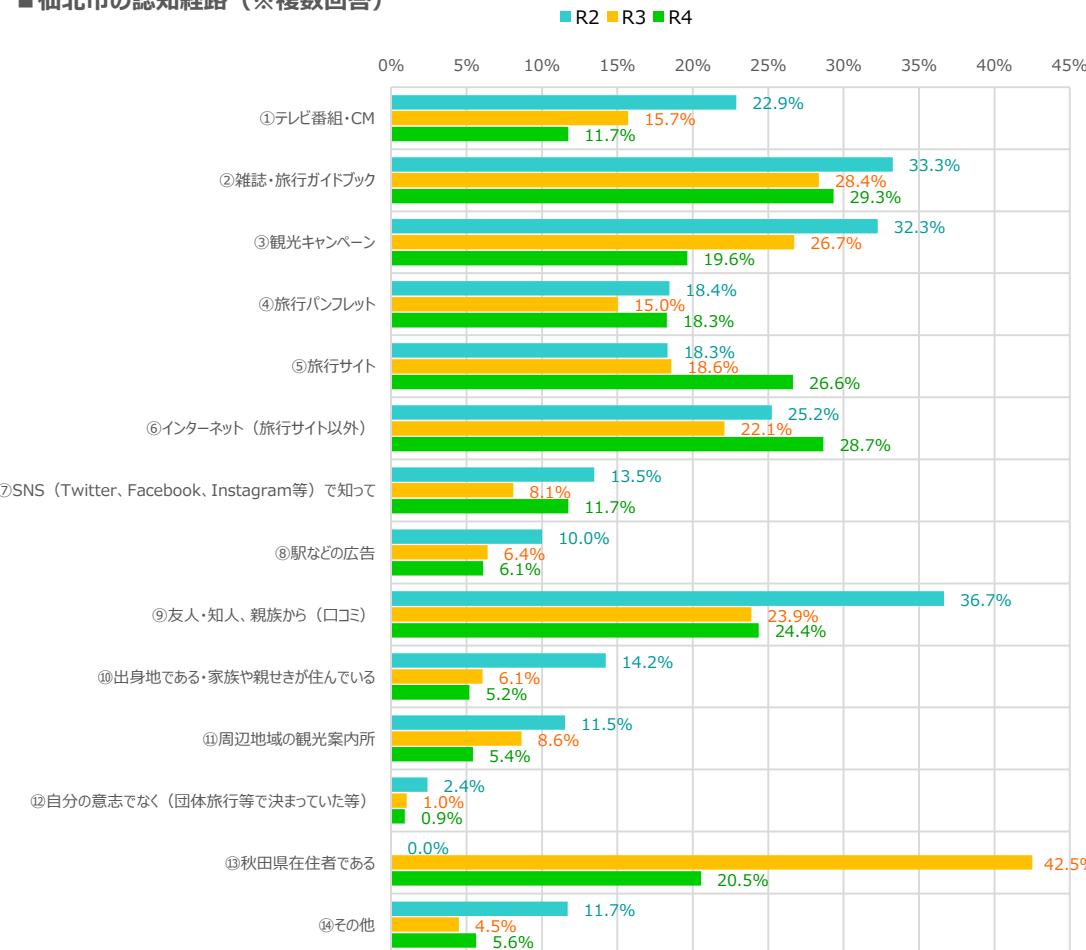
仙北市への訪問回数、仙北市の認知経路

- 訪問回数「5回以上」が-38.7%と大幅に減少。それ以外はすべて上昇。伸び率が最も高いのは「1回目」+24.3%。近隣リピーターが減り、遠方からの初回訪問者が増加したとみられる。
- 認知経路では多くの項目が減少傾向で、下げ幅が大きい順に「⑬秋田県在住者である」-22%、「③観光キャンペーン」-12.7%、「①テレビ番組・CM」-11.2%と続く。対して「⑤旅行サイト」が+8.3%、「⑥インターネット（旅行以外）」が+3.5%増加した。

■ 仙北市への訪問回数



■ 仙北市の認知経路（※複数回答）

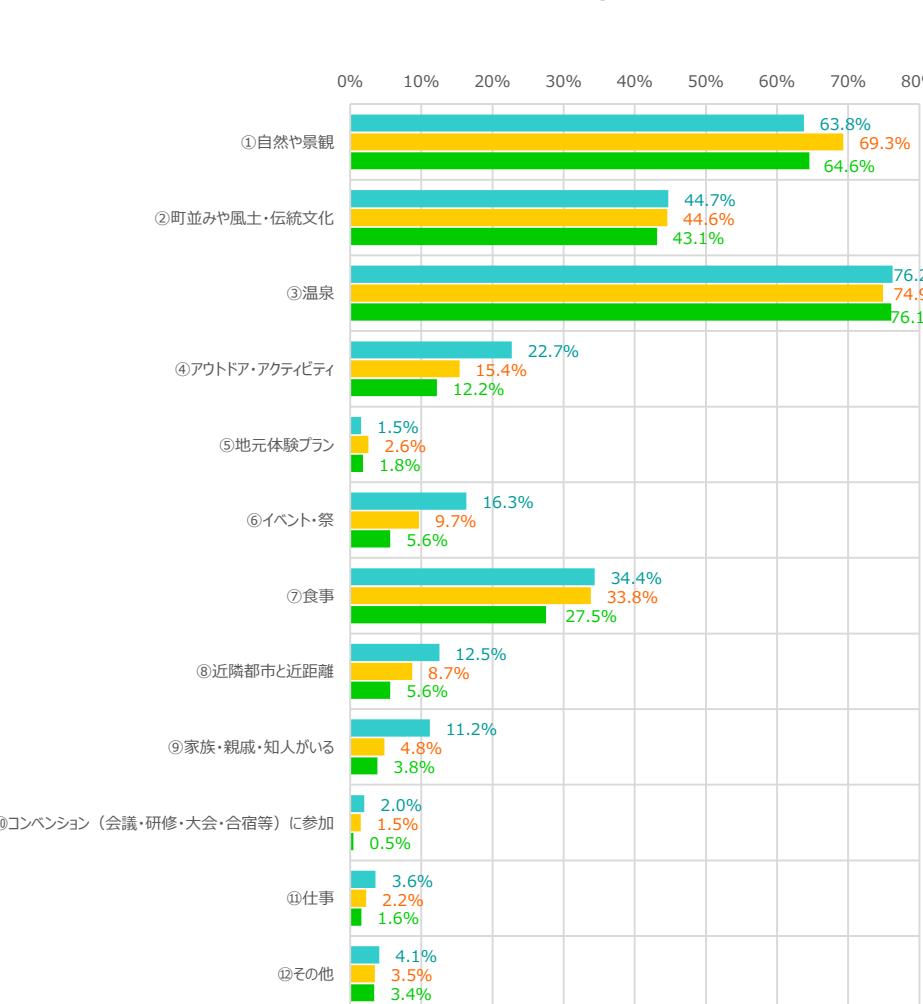


仙北市を選んだ理由、同行者

- 旅先に選んだ理由として著しく減少した項目は「④アウトドア・アクティビティ」-10.5%、「⑦食事」-6.9%、「⑨家族・親戚・知人がいる」-7.4%。全体に目立った増加項目はなかった。
- 同行者については、「①自分一人」がR3に落ち込んだあとR2と同程度に回復。それ以外はすべて減少。
- 特に下げ率が大きかったのは「⑤子供や両親を含めた家族」-12%、「②夫婦」-11%、「④友人・知人」-10.8%。

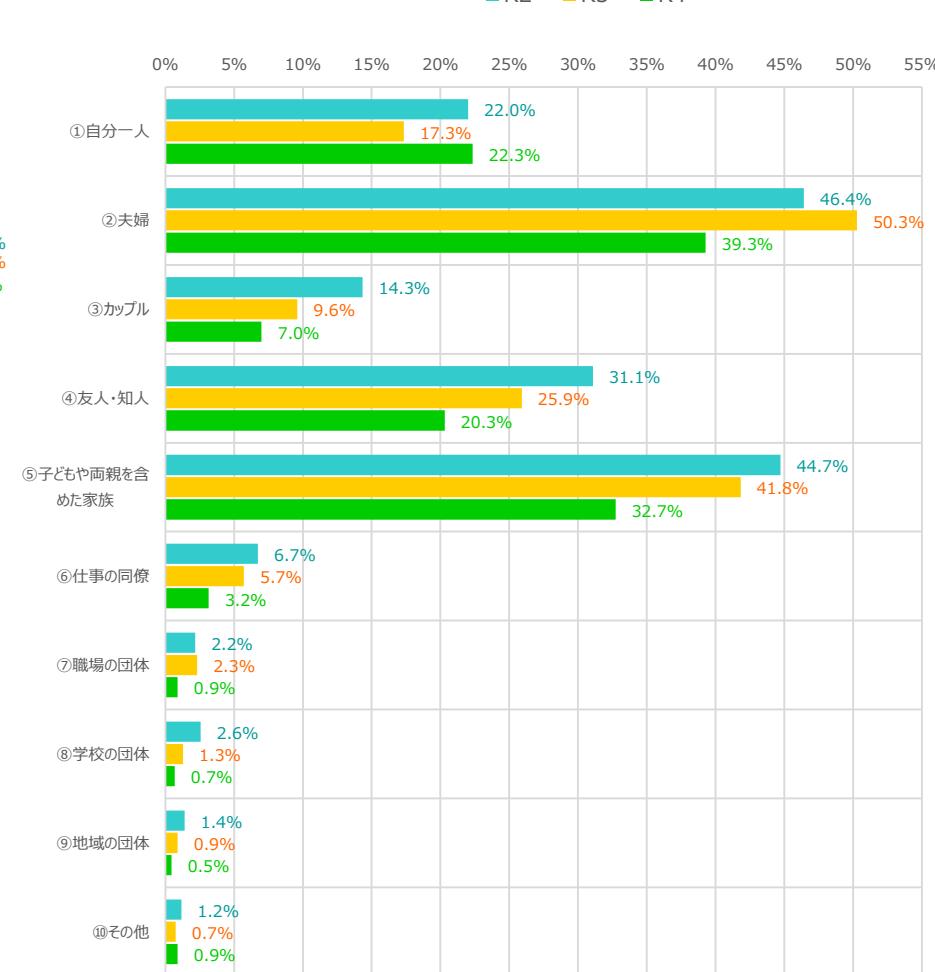
■ 仙北市を選んだ理由（※複数回答）

R2 R3 R4



■ 誰と訪れたか（※複数回答）

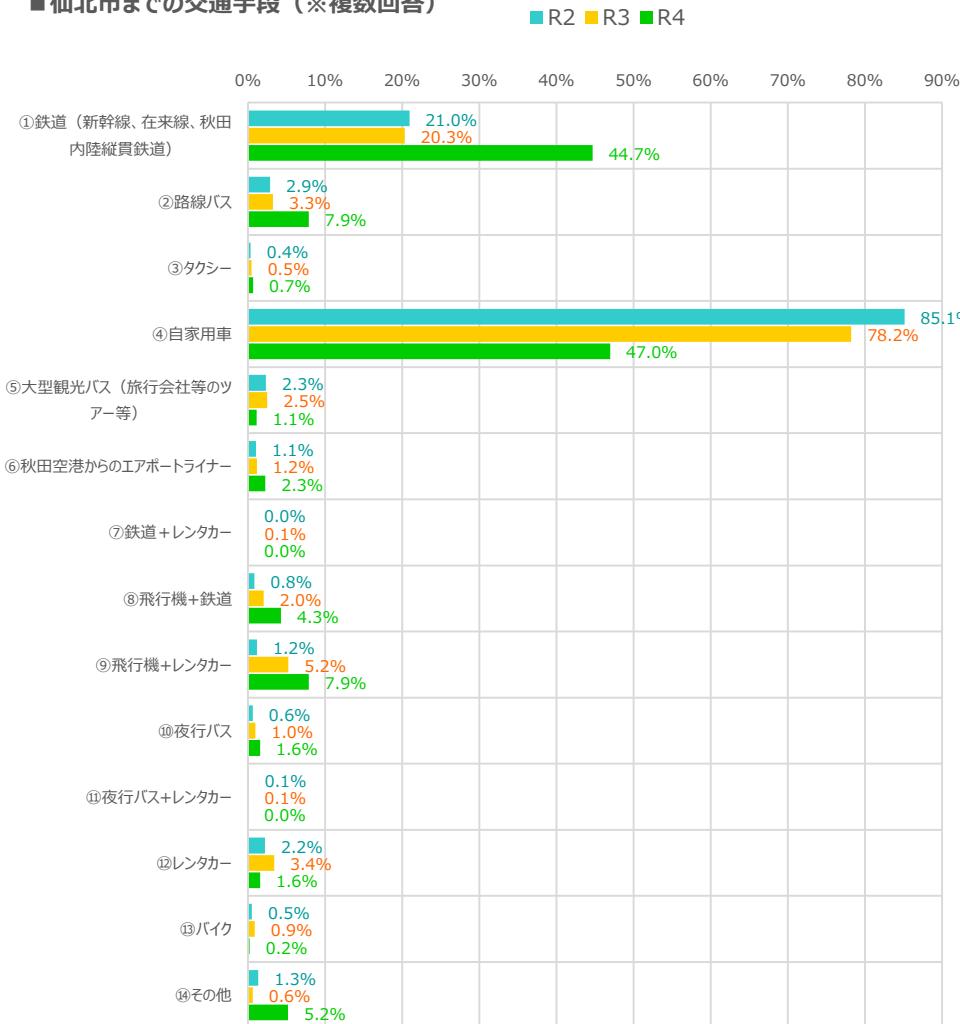
R2 R3 R4



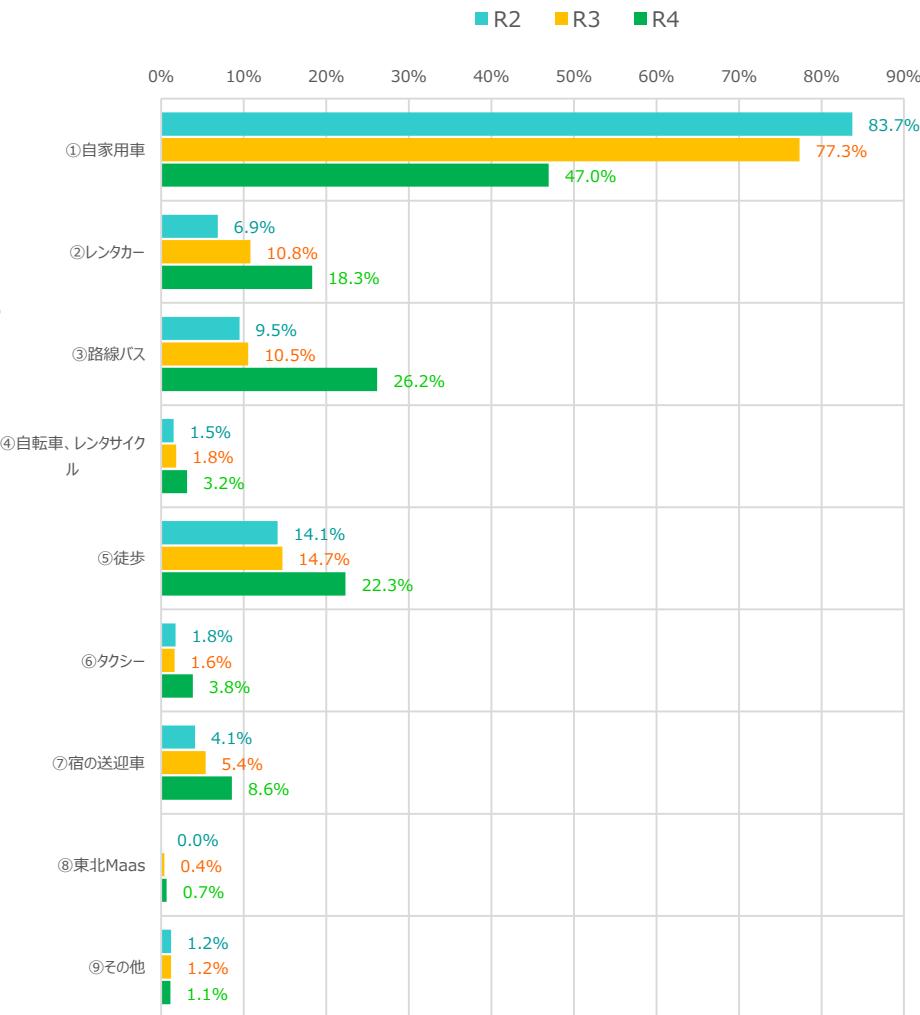
仙北市までの交通手段、市内での交通手段

- 市までの交通手段では「①鉄道」が+24.4%で去年までの約2倍、反対に「④自家用車」が-38.1%と大幅減少した。
- 他に「⑨飛行機 + レンタカー」が+6.7%、「⑧飛行機 + 鉄道」+3.5%で飛行機利用の増加が確実に表れている。
- 市内での交通手段は「①自家用車」が-47%と大きく減少。増加したのは「③路線バス」+16.7%、「②レンタカー」+11.4%、「⑤徒歩」+8.2%だった。

■ 仙北市までの交通手段（※複数回答）



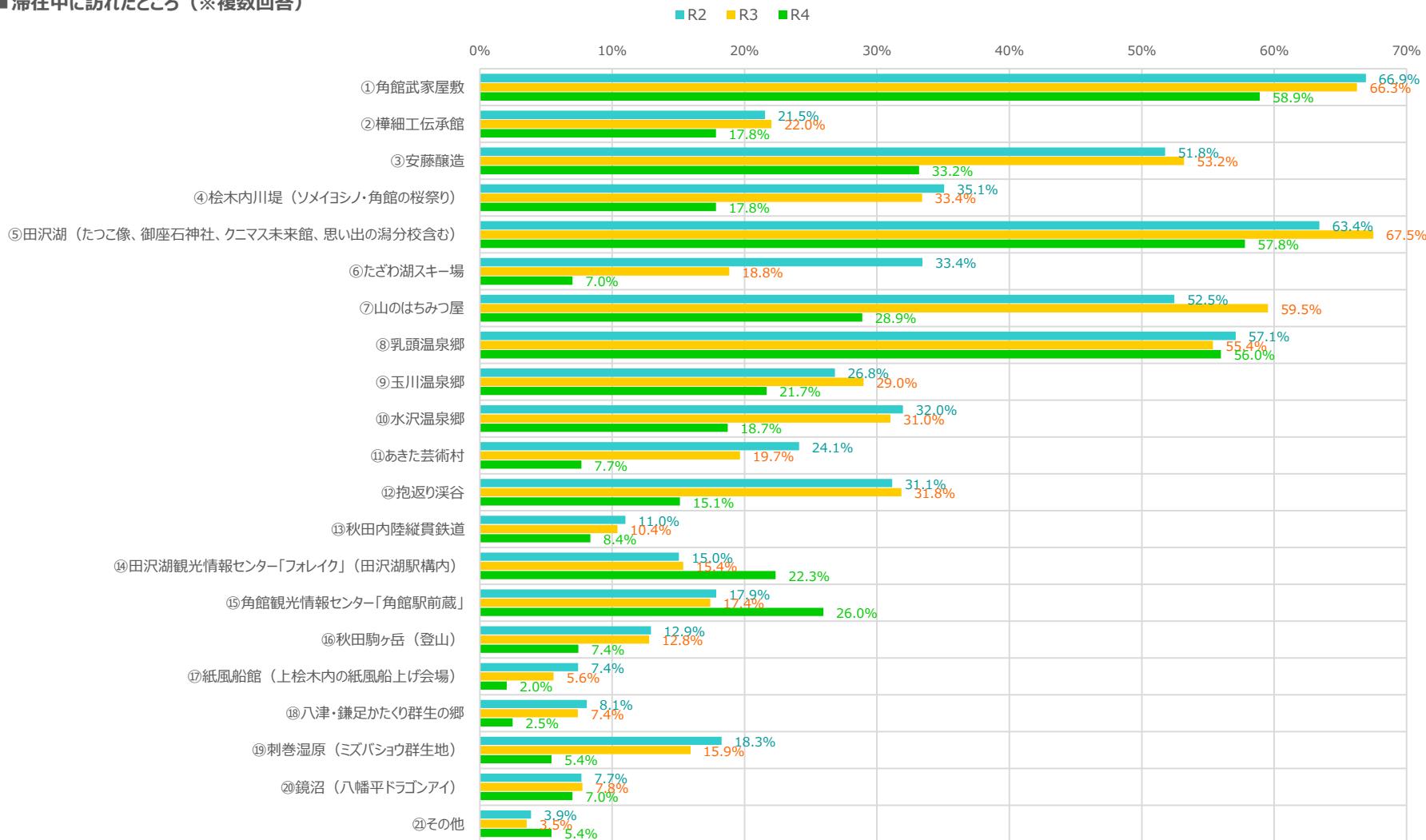
■ 市内での交通手段（※複数回答）



滞在中に訪れたところ

- 全体的にR4年度は減少したスポットが多かった。増加したのは「⑯フォレイク」+7.3%、「⑮駅前蔵」+8.6%のみ。
- 仙北市の代表的なスポットである「①角館武家屋敷」は-8%、「⑤田沢湖」-9.7%の減少。「⑧乳頭温泉郷」は-1.1%。
- 飲食・お土産店では「③安藤醸造」-20%、「⑦山のはちみつ屋」-30%と大幅減。市内移動手段の項目で「自家用車利用」が減少したこと関係している可能性がある。

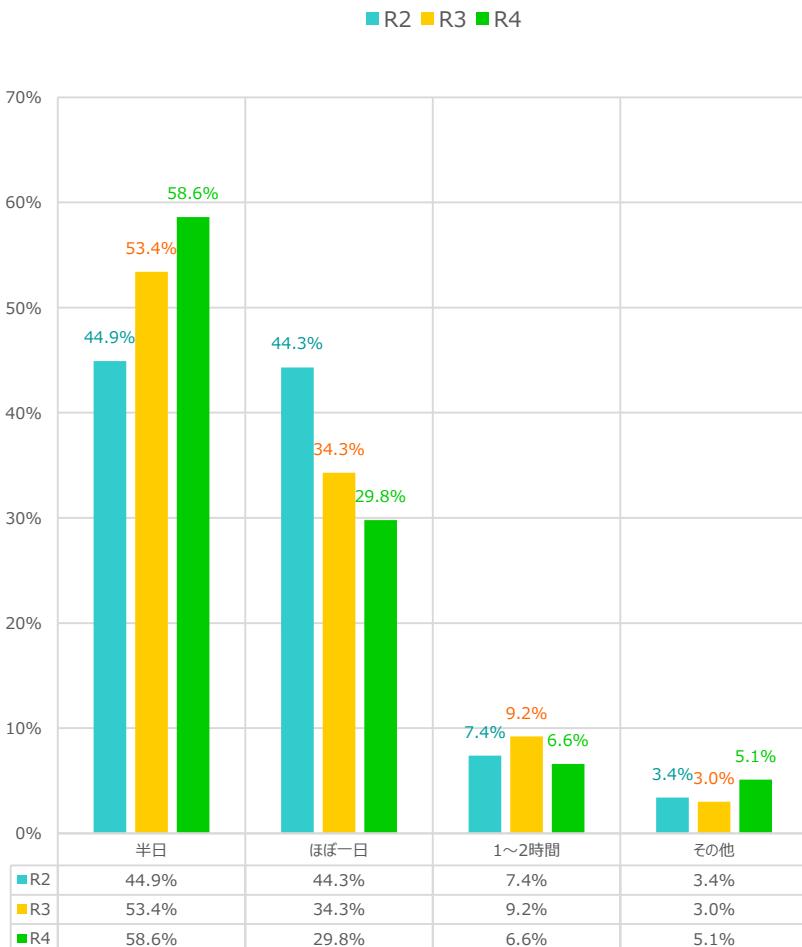
■滞在中に訪れたところ（※複数回答）



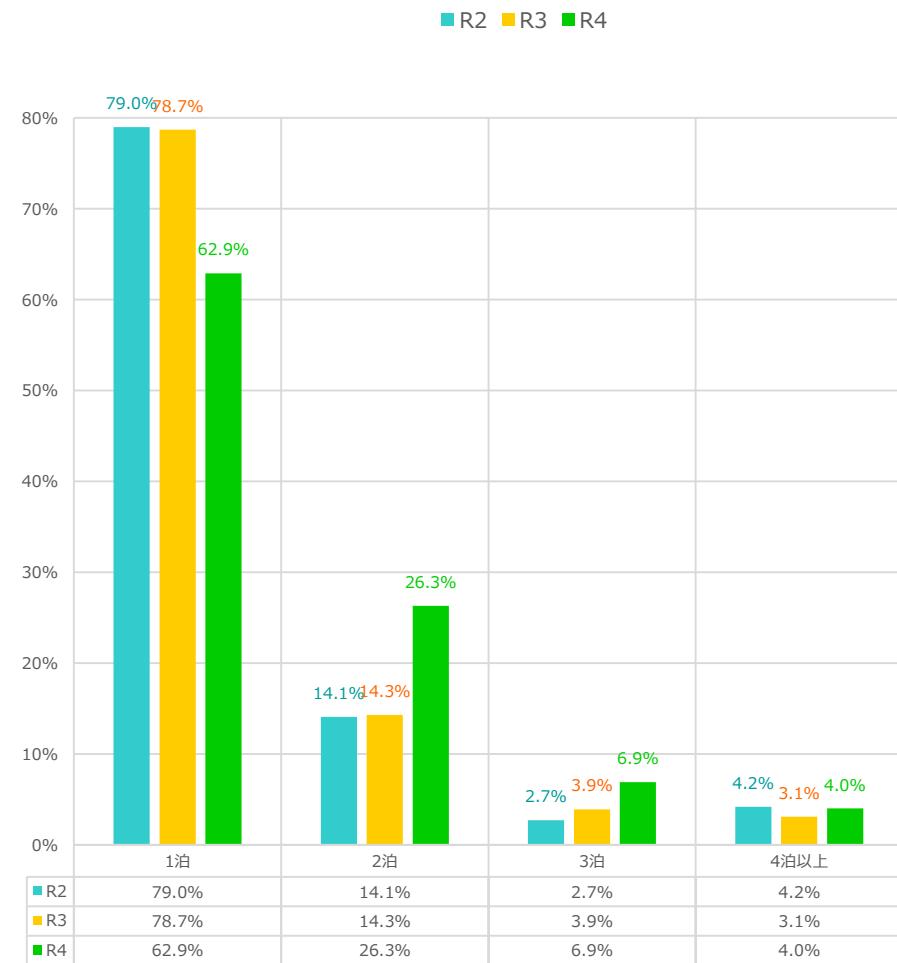
滞在時間：日帰り／宿泊

- 日帰りでは「半日滞在」が+13.7%と増加、「ほぼ一日」は-25.5%。滞在時間が短くなっている傾向がある。
- 宿泊では「1泊」が-16.1%、「2泊」は+12.2%、「3泊」も+4.2%の微増。遠方からの訪問者による連泊旅行の回復傾向がみられた。

Q11.滞在時間／日帰りの場合



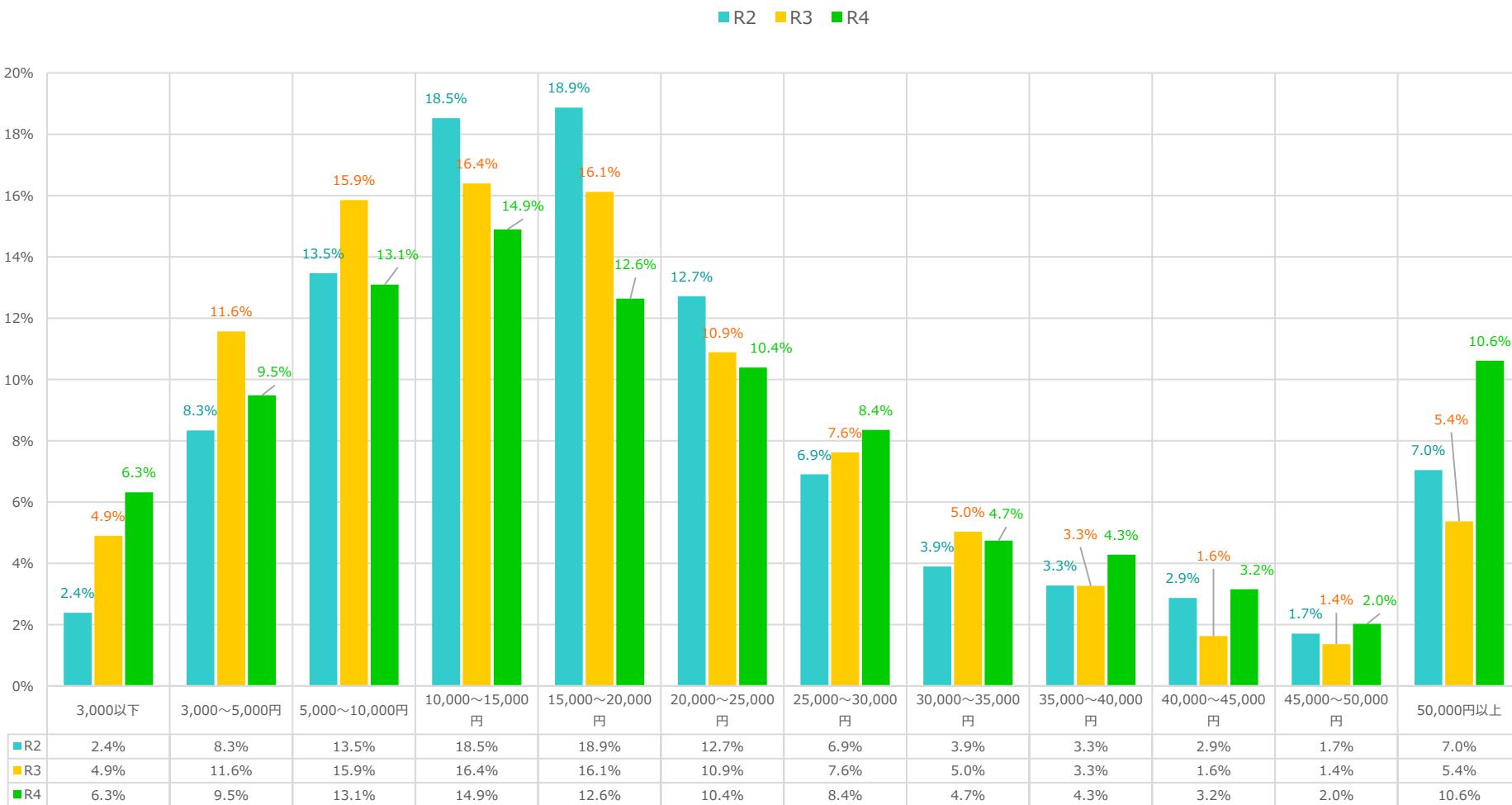
Q12.滞在時間／宿泊の場合



消費金額

- 全体の中で最も消費金額の多い価格帯の減少傾向が目立った。下げ幅が最も大きかったのは「15,000~20,000円」で-6.3%、次に「10,000~15,000円」で-3.6%。
- 反対に、「3,000円以下」の+3.9%と、「25,000~50,000円以上」が軒並み増加。最も伸び率が高かったのは「50,000円以上」で+5.2%だった。連泊客の回復に連動していると思われる。

Q13.消費金額

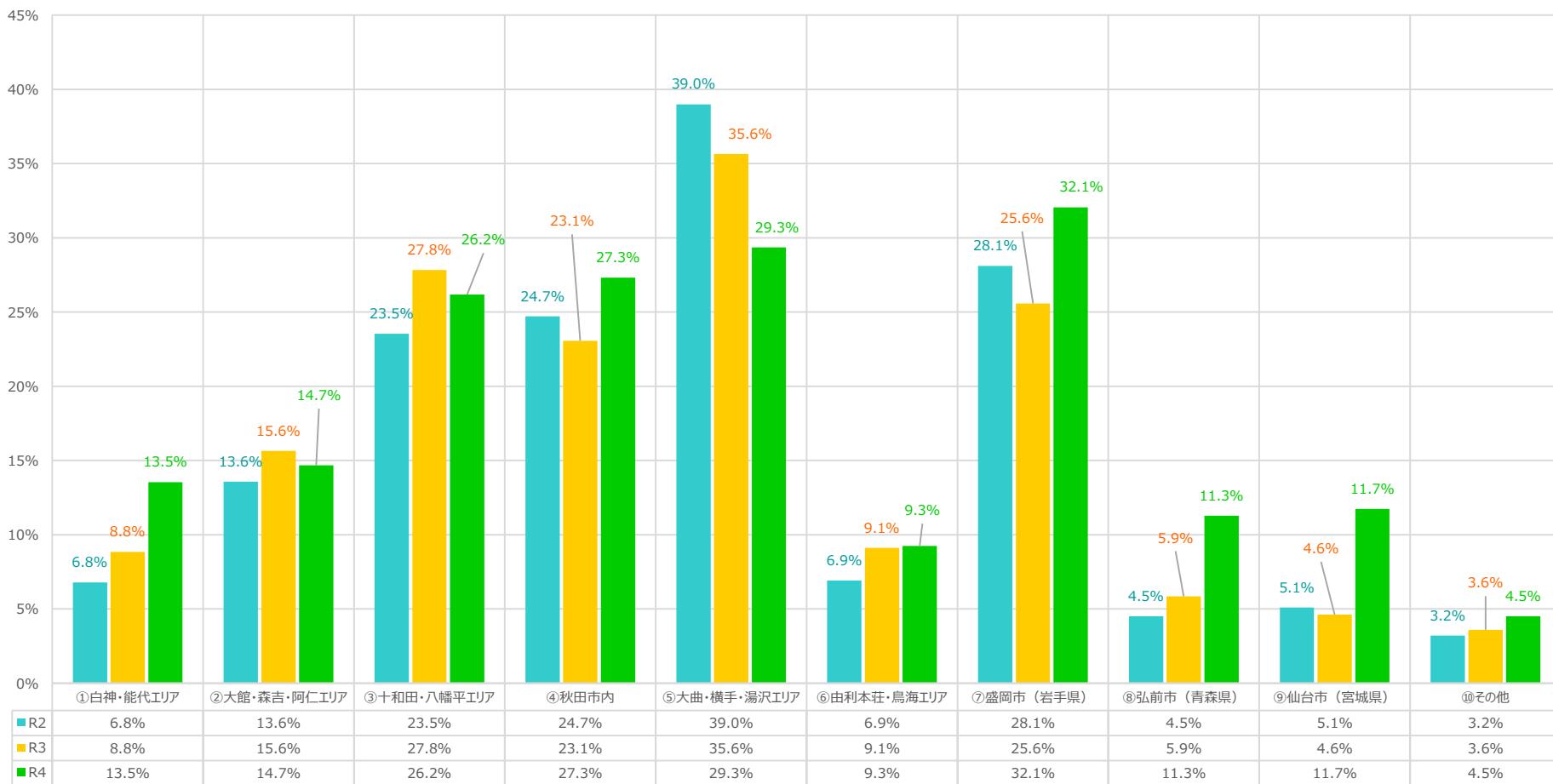


周辺訪問先

- 大きく減少したのは「⑤大曲・横手・湯沢エリア」で-9.7%。「近隣在住者かつ自家用車利用」率の減少に比例しているとみられる。
- 増加が目立ったのは「①白神・能代エリア」+6.7%。「⑦盛岡市」+4%、「⑥由利本荘・鳥海エリア」+2.9%。
- 「⑧弘前市」+6.8%および「⑨仙台市」+7.1%については、広域周遊率の増加によるか。

Q14.周辺訪問先

■ R2 ■ R3 ■ R4

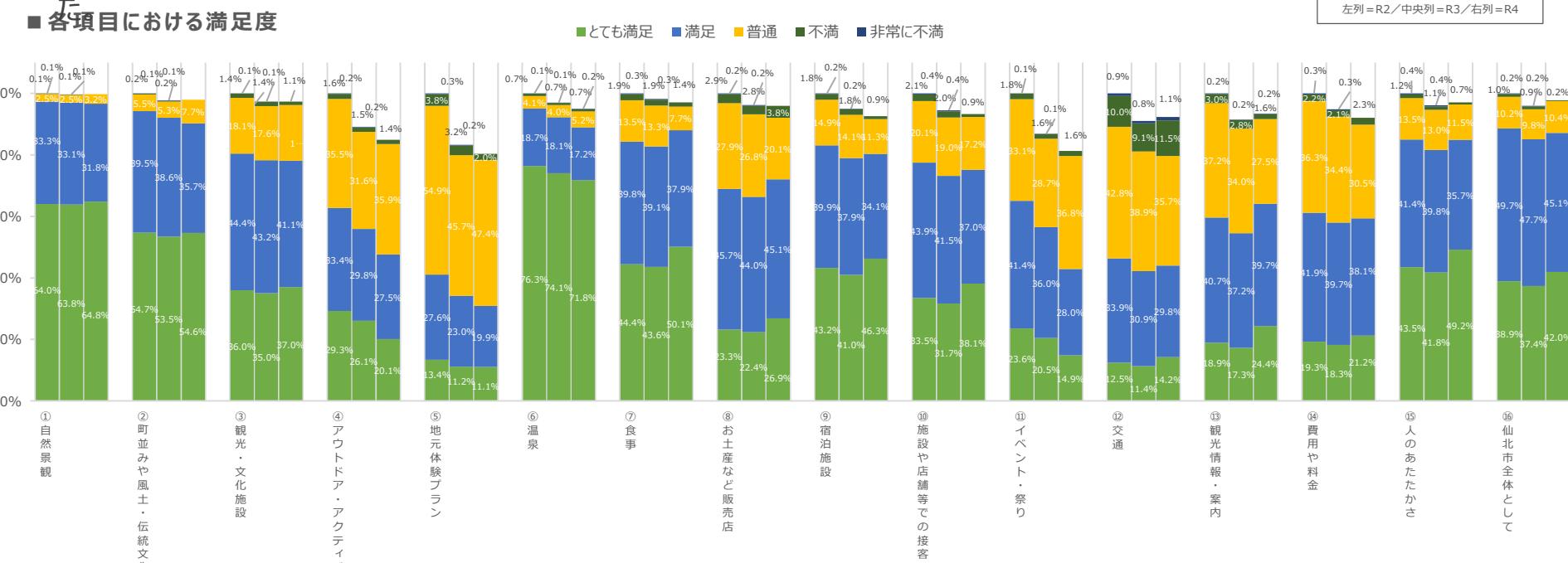


各項目における満足度

- 「とても満足」+「満足」の合計を（A）として、減少し続けている項目が目立った。下がり幅順に並べると、「⑪イベント・祭り」－22.1%、「④アウトドア・アクティビティ」－15.1%、「⑤地元体験プラン」－10%、「温泉」－6%。
- 反対に（A）が増加したのは「⑬観光情報・案内」+4.5%、「⑦食事」+3.8%。
- 「不満」+「非常に不満」の合計を（B）として、増加したのは「⑫交通」+1.7%、「⑧お土産など販売店」+0.7%だつた。

各項目における満足度

左列=R2／中央列=R3／右列=R4



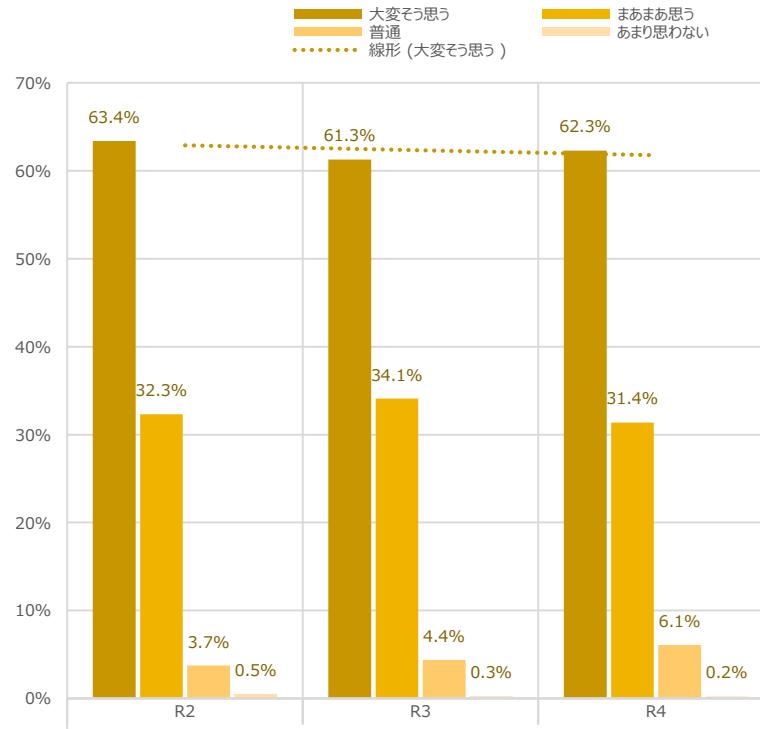
	①自然景観			②町並みや風土・伝統文化			③観光・文化施設			④アウトドア・アクティビティ			⑤地元体験プラン			⑥温泉			⑦食事			⑧お土産など販売店		
	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4
とても満足	64.0%	63.8%	64.8%	54.7%	53.5%	54.6%	36.0%	35.0%	37.0%	29.3%	26.1%	20.1%	13.4%	11.2%	11.1%	76.3%	74.1%	71.8%	44.4%	43.6%	50.1%	23.3%	22.4%	26.9%
満足	33.3%	33.1%	31.8%	39.5%	38.6%	35.7%	44.4%	43.2%	41.1%	33.4%	29.8%	27.5%	27.6%	23.0%	19.9%	18.7%	18.1%	17.2%	39.8%	39.1%	37.9%	45.7%	44.0%	45.1%
普通	2.5%	2.5%	3.2%	5.5%	5.3%	7.7%	18.1%	17.6%	18.1%	35.5%	31.6%	35.9%	54.9%	45.7%	47.4%	4.1%	4.0%	5.2%	13.5%	13.3%	7.7%	27.9%	26.8%	20.1%
不満	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	1.4%	1.4%	1.1%	1.6%	1.5%	1.4%	3.8%	3.2%	2.0%	0.7%	0.7%	0.7%	1.9%	1.9%	1.4%	2.9%	2.8%	3.8%
非常に不満	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.3%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%

	⑨宿泊施設			⑩施設や店舗等での接客			⑪イベント・祭り			⑫交通			⑬観光情報・案内			⑭費用や料金			⑮人のあたたかさ			⑯仙北市全体として		
	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4
とても満足	43.2%	41.0%	46.3%	33.5%	31.7%	38.1%	23.6%	20.5%	14.9%	12.5%	11.4%	14.2%	18.9%	17.3%	24.4%	19.3%	18.3%	21.2%	43.5%	41.8%	49.2%	38.9%	37.4%	42.0%
満足	39.9%	37.9%	34.1%	43.9%	41.5%	37.0%	41.4%	36.0%	28.0%	33.9%	30.9%	29.8%	40.7%	37.2%	39.7%	41.9%	39.7%	38.1%	41.4%	39.8%	35.7%	49.7%	47.7%	45.1%
普通	14.9%	14.1%	11.3%	20.1%	19.0%	17.2%	33.1%	28.7%	36.8%	42.8%	38.9%	35.7%	37.2%	34.0%	27.5%	36.3%	34.4%	30.5%	13.5%	13.0%	11.5%	10.2%	9.8%	10.4%
不満	1.8%	1.8%	0.9%	2.1%	2.0%	0.9%	1.8%	1.6%	1.6%	10.0%	9.1%	11.5%	3.0%	2.8%	1.6%	2.2%	2.1%	2.3%	1.2%	1.1%	0.7%	1.0%	0.9%	0.2%
非常に不満	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%	0.4%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.9%	0.8%	1.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.0%	0.4%	0.4%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%

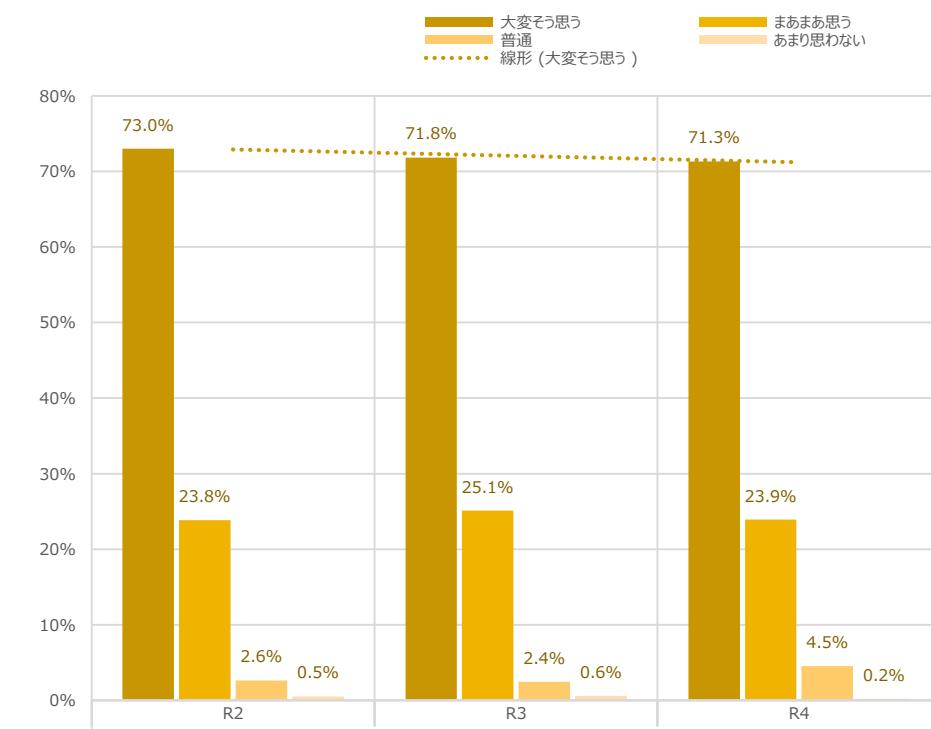
友人への紹介、再来訪意向

- 2つのグラフ共に、僅かな動きだが「大変そう思う」+「まあまあ思う」の合計（A）が3年間で微減し、「普通」が微増。
「あまり思わない」は微々減で、全体的に仙北市の紹介・再来訪意向は僅かにだが減少傾向といえる。
- 「友人への紹介」における（A）は-2%、「普通」+2.4%、「あまり思わない」-0.3%。
- 「再来訪意向」の（A）は-1.7%、「普通」+2.1%、「あまり思わない」-0.3%だった。

Q17-①.友人への紹介意向



Q17-②.再来訪意向



	R2	R3	R4
大変そう思う	63.4%	61.3%	62.3%
まあまあ思う	32.3%	34.1%	31.4%
普通	3.7%	4.4%	6.1%
あまり思わない	0.5%	0.3%	0.2%

	R2	R3	R4
大変そう思う	73.0%	71.8%	71.3%
まあまあ思う	23.8%	25.1%	23.9%
普通	2.6%	2.4%	4.5%
あまり思わない	0.5%	0.6%	0.2%

所感

1. 全体として

R2年度から始まった新型コロナウイルス感染症対策として移動や旅行が規制されたことを受け、R2, 3年度に仙北市を訪れた人は秋田県を始めたとした近隣在住者が7～8割を占めていたが、その後のワクチン接種率向上や全国旅行支援等の施策、R4年度10月の規制緩和によって急激に旅行需要が回復したことが顕著に表れた結果となった。

◎ R4年度において旅行需要回復が表れた項目

- 回答者住所：南関東在住者が大幅に復活し、北東北在住者を上回った
- 市への交通手段：「鉄道」が過去2年の約2倍となり、「自家用車」利用が半減
- 市内交通手段：「自家用車」が半減、「レンタカー」、「路線バス」、「徒歩」、「宿の送迎車」が増加
- 市への訪問回数：「初回訪問」が過去2年の約2倍、「5回以上」のリピーター層が半減
- 同行者：メインは変わらず「夫婦」「家族連れ」だがいずれも減少し、「自分一人」が微増
- 滞在中訪問先：武家屋敷や田沢湖、乳頭温泉郷は減少傾向ながらトップを維持しているが、路線バス等公共交通機関の利用が難しいスポットについてはすべて大幅に減少した
- 滞在時間（宿泊）：「1泊」が約2割減少したのに対し、「2泊」1割の増加、「3泊」は微増
- 周辺訪問先：「大曲・横手・湯沢エリア」が減少したのに対し、「盛岡市」、「弘前市」、「仙台市」が増加

2. 満足度

3年間通して満足度のトップは「自然景観」「町並みや風土・歴史文化」「温泉」の3つで変わらない。しかし、項目全体を通じて減少傾向。減少が目立ったのは「イベント・祭り」、「アウトドア・アクティビティ」、「地元体験プラン」で、コロナ禍による打撃から今後の回復が見込める項目と言える。反対に不満度が増加したのは「交通」、「お土産など販売店」で、遠方からの旅行客による評価が反映されたとみられる。

3. まとめ

R4年度中の入国規制緩和や、団体ツアー旅行やクルーズ船の復活も加わったことで当市を訪れる観光客はインバウンドを含め順調な回復傾向にある。同時に、コロナ禍以前からの課題であった「二次交通」、「ナイトタイムコンテンツの希薄」、「地域発のイベントやアクティビティ、体験コンテンツの希薄」などへの対応の必要性が浮き彫りになってきた。また、僅かにではあるが「友人への紹介」、「再来訪意向」が減少傾向にあることも看過できない。

今後は年度毎のアンケート回収率アップと共に、各関係者や事業者が課題改善に対して積極的な姿勢で取り組むことが必要と思われる。