

根室地域への旅行者誘客調査

北海道開発局
開発監理部 開発連携推進課

令和5年1月



Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism



より詳しい調査報告書はコチラ ➡



調査概要

根室地域における旅行者誘客調査

根室地域(根室市、別海町、中標津町、標津町、羅臼町)は、知床をはじめとする自然景観や、希少な野生動物といった魅力的な観光資源を有している。また、令和2年度には、「鮭の聖地の物語」が日本遺産に認定されるなど、歴史・文化的なストーリーを体感することができる。これらを地域の活性化につなげるために、地域固有の観光コンテンツの磨き上げを行い、それぞれの観光コンテンツを結びつけることで周遊観光を促進し、地域全体の誘客拡大に向けた取組の検討を実施した。

関係機関の広域的な連携による推進

地域の自治体、観光協会、交通事業者、国の機関等の連携により、外国人旅行者の誘客に係る**地域の課題の整理、発信すべき情報の収集・検討等を実施**

北方領土隣接地域(根室地域)観光促進協議会

根室市	別海町	中標津町	標津町	羅臼町
根室市観光協会	別海町観光協会	一般社団法人 なかしべつ観光協会	南知床標津町 観光協会	知床羅臼町観光協会
知床むむろ観光連盟	釧路湿原・阿寒・摩周 SBW	知床むむろ・北太平洋 SBW	釧路地区レンタ カー協会	全日本空輸株式会社 ひがし北海道支店
日本航空株式会社釧路 支店	北海道旅客鉄道株式 会社、同釧路支社	阿寒バス株式会社	根室交通株式 会社	北海道根室振興局
国土交通省北海道運輸 局釧路運輸支局	国土交通省北海道局 北海道開発局	アドバイザー 札幌国際大学 教授 古田和吉		

② 観光コンテンツの磨き上げに向けた取組

地域の魅力的な観光コンテンツの再認識と磨き上げに向けた取組を検討するため、**専門家を招請し、SNSを活用した情報発信等**を行い、意見交換会にて**磨き上げに向けた取組**を検討



【専門家】
バリーズ株式会社 CEO
野々村 菜美
(ののむら なみ)



SNSを活用した情報発信



意見交換会

① 周遊観光に向けた基礎調査

- アンケート調査により、**日本人旅行者の観光動態等を把握**
- GPSによる移動経路分析を組み合わせ、**日本人旅行者の周遊・滞在等の動向を整理**
- **観光コンテンツの受入状況**
- 公共交通での**アクセス手段、乗り継ぎの整理**



③ 効果的な情報発信手法の検討

- 「①周遊観光に向けた基礎調査」により、現在**根室地域に訪れている旅行者の属性や、潜在的な需要を整理**
- 「②観光コンテンツの磨き上げに向けた取組」により、地域の観光コンテンツ毎に**惹き付ける発信方法**を整理



体験型観光に特化した**OTA※**等による**情報発信が効果的**であることを確認

※Online Travel Agent(インターネット上だけで取引を行う旅行会社)

- 関係機関の連携のもと、根室地域における旅行者の動向把握、観光コンテンツの魅力を高めるための取組、および旅行者を受け入れるための課題整理等、周遊観光と誘客促進に向けた取組を検討
- 広域にまたがる観光地を適切な交通手段で移動できるエリアツーリズムの構築、地域との協働による観光メニューの造成、食・文化を含めた観光情報等の発信方策の確立に向けた検討

北方領土隣接地域（根室地域）観光促進協議会

国土交通省北海道局、 北海道開発局（事務局）

- 協議会の運営及び取組全体の実施支援、枠組み構築
- 旅行者への動向調査（アンケート、GPS分析等）
- 専門家の招請
- 2次交通に関する検討
- 観光情報等の発信方策の検討 等

1市4町の自治体、観光協会、交通事業者、 北海道運輸局、根室振興局等

- 観光に係る資料・データ等の提供（過去調査等）
- 観光コンテンツの磨き上げ、調整
- 観光に関する交通の取り組み
- 受け入れ環境整備 等

札幌国際大学観光学部 古田和吉教授

- 協議会の取り組みに関するアドバイス

株式会社JTB

- 旅行者の動向調査（アンケート調査など）
- 観光情報等の発信方策の検討
- 専門家の招請（旅行会社、OTA、など）
- 2次交通に関する検討

アンケート調査結果

根室地域に観光目的で訪れた観光客を対象に、旅行者の旅行目的や根室地域における周遊動向などを把握することを目的にアンケート調査を実施

実施概要

【調査方法、調査対象】

① WEB調査: インターネットモニター調査(根室地域を観光目的で訪れた登録モニター) 500件

2019年度夏季(2019年7～9月)に根室地域を訪れた観光客	100件
2020年度夏季(2020年7～9月)に根室地域を訪れた観光客	100件
2021年度夏季(2021年7～9月)に根室地域を訪れた観光客	100件
2019年度冬季(2019年12月～2020年2月)に根室地域を訪れた観光客	100件
2020年度冬季(2020年12月～2021年2月)に根室地域を訪れた観光客	100件
合 計	500件

② 現地調査: 調査員による聞き取り (釧路空港、道の駅スワン44ねむろ、道の駅知床・らうすを訪れた観光客) 126件

実施場所	実施日		小計
	1/8(土)	1/9(日)	
釧路空港	7	8	15件
道の駅スワン44ねむろ	39	44	83件
道の駅知床・らうす	12	16	28件
合 計	58件	68件	126件

③ 宿泊施設調査: 宿泊施設への留置調査(根室地域の宿泊施設に宿泊した観光客) 65件

宿泊施設名	件数
根室グランドホテル(根室市)	31件
ホテルねむろ海陽亭(根室市)	7件
トーヨーグランドホテル(中標津町)	18件
湯宿だいいち(中標津町)	1件
ホテル峰の湯(羅臼町)	8件
合 計	65件

調査結果

(1) 回答者属性(n=691)

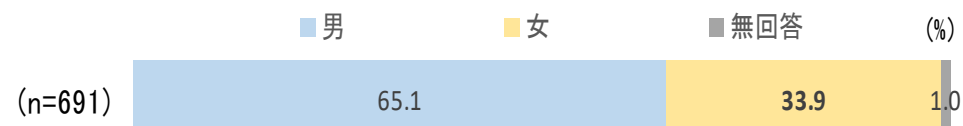
① 居住地

52.4%が「道外」
44.3%が「道内根室地域外」



② 性別

65.1%が「男性」
33.9%が「女性」



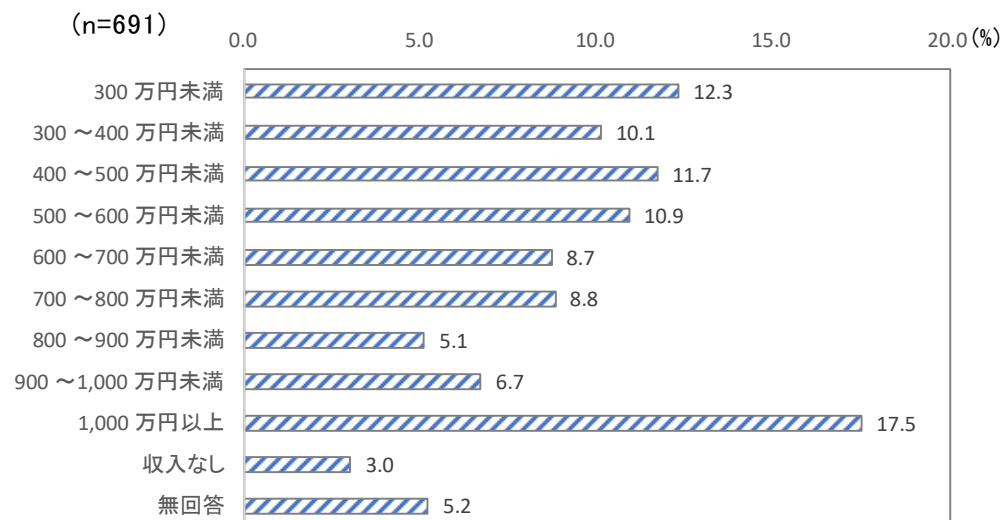
③ 年齢

26.5%が「50代」
24.7%が「40代」
18.7%が「30代」、「60歳以上」



④ 世帯年収

17.5%が「1,000万円以上」
12.7%が「300万円未満」
11.7%が「400～500万円未満」
10.9%が「500～600万円未満」
10.1%「300～400万円未満」



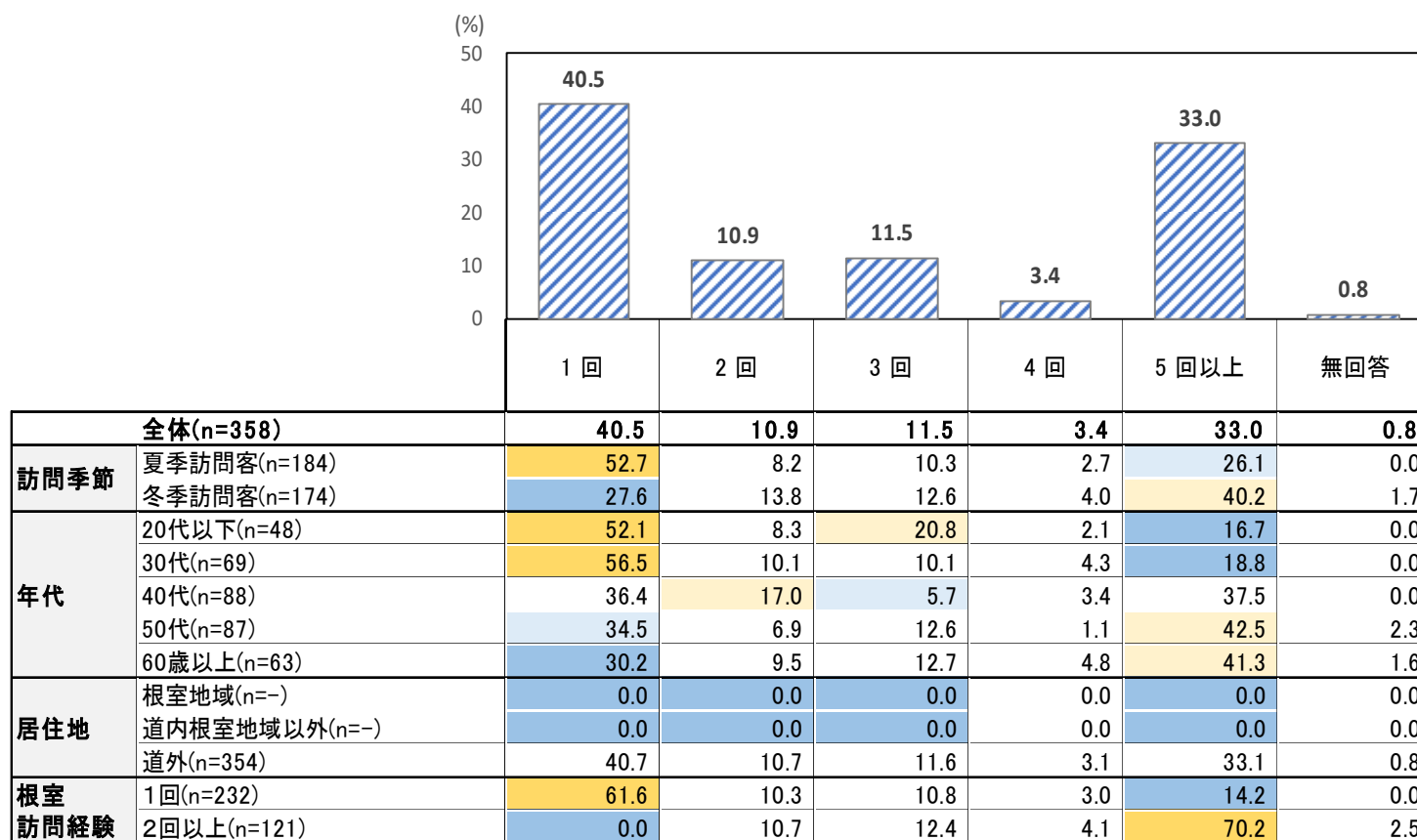
アンケート調査結果(観光動向 ①北海道への訪問回数)

調査結果

(2) 観光動向

① 北海道への訪問回数

- 全体の40.5%が「1回」で最も多く、次いで「5回以上」が33.0%
- 夏季訪問客は冬季訪問客に比べ「1回」が多く、冬季訪問客は夏季訪問客に比べ「5回以上」が多い
- 年代別にみると、30代以下は他の年代層に比べ「1回」が多く、50代以上では「5回以上」が多い



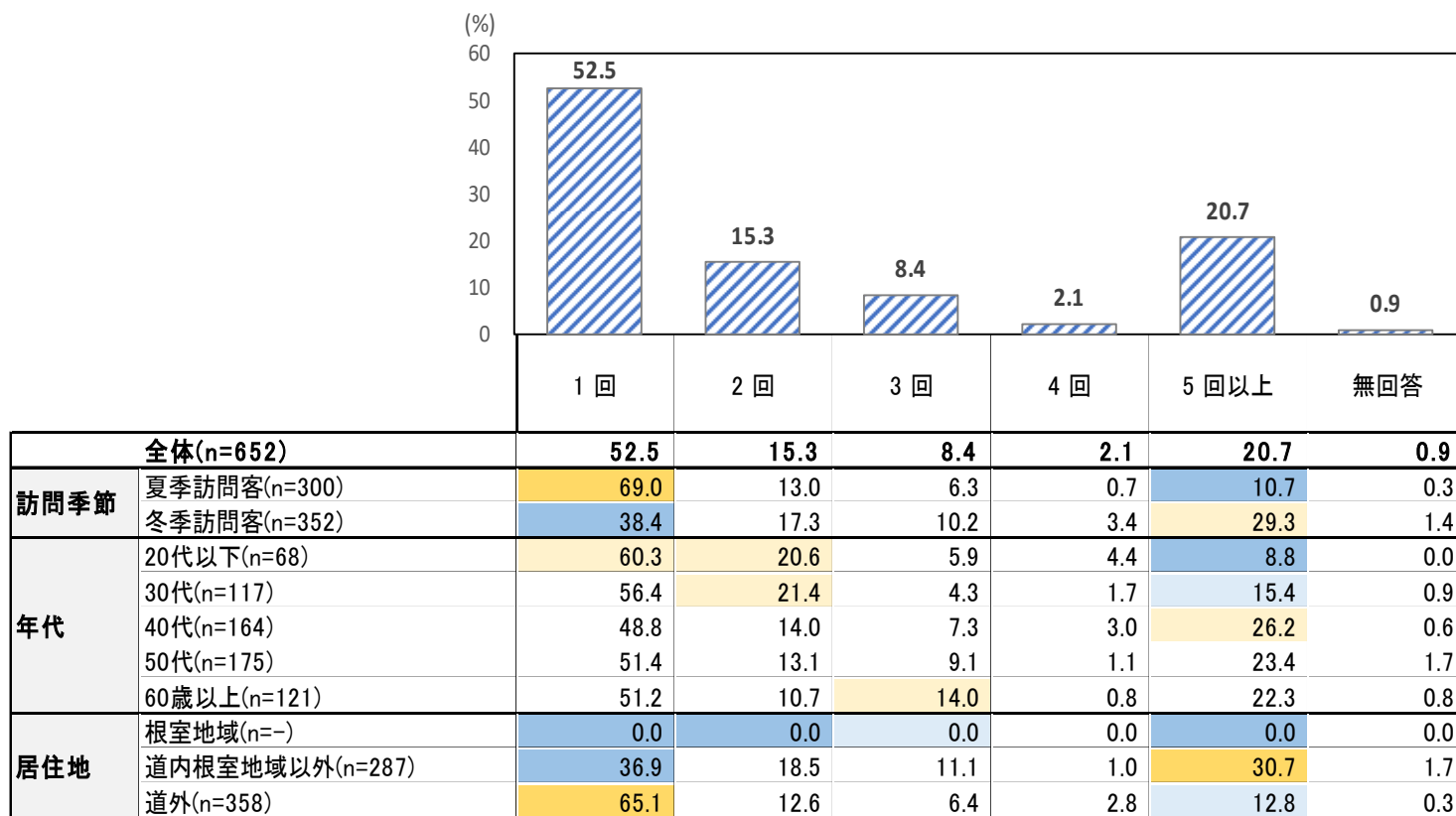
* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

アンケート調査結果(観光動向 ②根室地域への訪問回数)

調査結果

② 根室地域への訪問回数

- 全体の52.5%が「1回」で最も多く、次いで「5回以上」が20.7%、「2回」が15.3%
- 夏季訪問客は冬季訪問客に比べ「1回」が多く、冬季訪問客では夏季訪問客に比べ「5回以上」が多い
- 年代別にみると、30代以下は40代以上に比べ「1回」「2回」が多い
- 居住地別にみると、道外は「1回」が過半数を占めている。

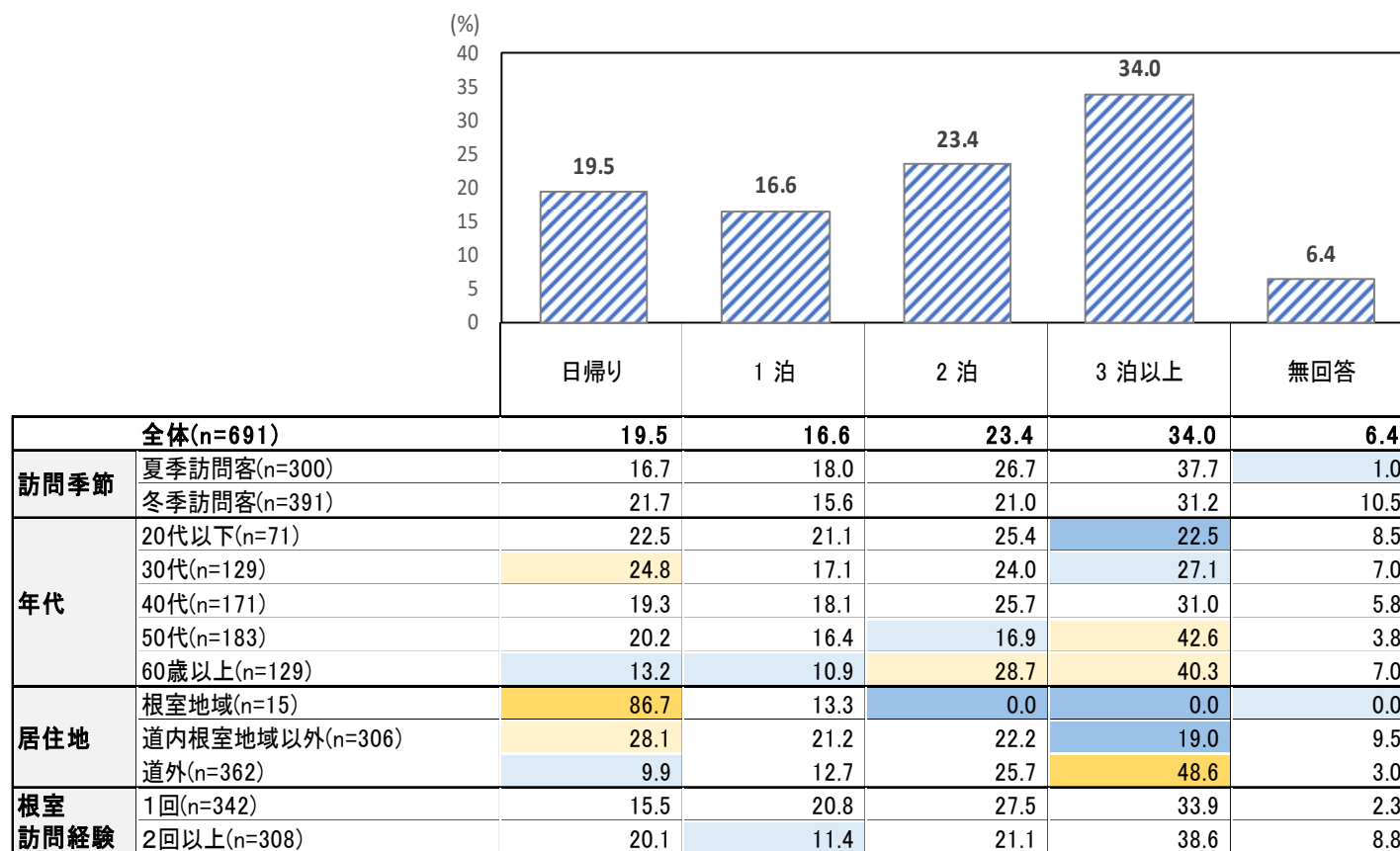


* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

調査結果

③ 北海道での宿泊日数

- 全体の**34.0%**が「**3泊以上**」で最も多く、次いで「**2泊**」が**23.4%**、「**日帰り**」が**19.5%**、「**1泊**」が**16.6%**
- 年代別にみると、**50代以上は40代以下に比べ「3泊以上」が多い**
- 居住地別にみると、**道外は「3泊以上」が半数近くを占めている**

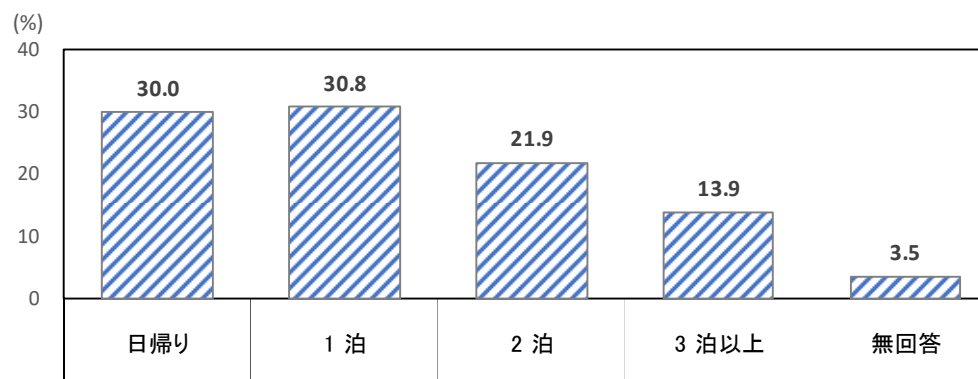


* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

調査結果

④ 根室地域での宿泊日数

- 全体の「1泊」が30.8%、「日帰り」が30.0%、次いで「2泊」が21.9%、「3泊」が13.9%
→ 北海道全体と比べると宿泊日数が少ないが、根室地域以外での宿泊が推察される
- 年代別にみると、30代以下は40代以上に比べ「日帰り」が多い
- 根室訪問経験別にみると、2回以上は1回に比べ「3泊以上」が多い
- 根室訪問時期別をみると、「2泊」「3泊」が減少傾向となっており、宿泊日数の短期化している



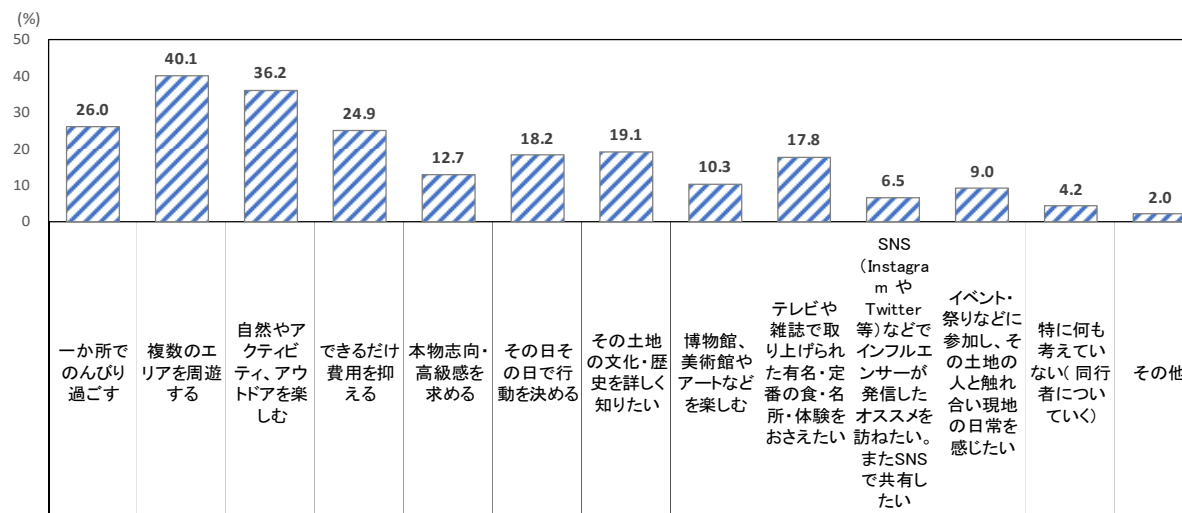
全体(n=691)		30.0	30.8	21.9	13.9	3.5
訪問季節	夏季訪問客(n=300)	25.3	35.7	25.3	13.7	0.0
	冬季訪問客(n=391)	33.5	27.1	19.2	14.1	6.1
年代	20代以下(n=71)	39.4	32.4	16.9	9.9	1.4
	30代(n=129)	37.2	24.8	18.6	14.7	4.7
	40代(n=171)	26.9	31.0	26.9	12.9	2.3
	50代(n=183)	30.1	32.2	18.6	14.8	4.4
	60歳以上(n=129)	23.3	31.8	26.4	16.3	2.3
居住地	根室地域(n=15)	86.7	6.7	0.0	0.0	6.7
	道内根室地域以外(n=306)	39.2	26.1	21.9	9.2	3.6
	道外(n=362)	20.4	35.4	23.2	18.5	2.5
根室訪問経験	1回(n=342)	26.3	41.2	20.8	9.9	1.8
	2回以上(n=308)	30.2	21.1	25.3	19.8	3.6
根室訪問時期	2019年(n=200)	21.0	32.0	30.5	16.5	0.0
	2020年(n=200)	33.5	31.0	21.5	14.0	0.0
	2021年(n=291)	33.7	29.9	16.2	12.0	8.2

* ■ は全体+10ポイント以上、■ は+5ポイント以上、■ は-10ポイント以下、■ は-5ポイント以下

調査結果

⑤ 旅行する際に重視する項目

- 「複数のエリアを周遊する」が40.1%で最も多く、次いで「自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ」が36.2%、「一か所でのんびり過ごす」が26.0%、「できるだけ費用を抑える」が24.9%
- 訪問季節別にみると、夏季訪問客は冬季訪問客に比べ「複数のエリアを周遊する」が多く、冬季訪問客は夏季訪問客に比べ「その日その日で行動を決める」が多い
- 年代別にみると、60歳以上は50代以下に比べ「自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ」が多い
- 居住地別にみると、道外は道内に比べ「複数のエリアを周遊する」が多い



	全体(n=691)	26.0	40.1	36.2	24.9	12.7	18.2	19.1	10.3	17.8	6.5	9.0	4.2	2.0
訪問季節	夏季訪問客(n=300)	26.3	46.3	32.7	29.0	13.3	10.7	21.3	10.7	15.0	5.3	7.3	5.0	1.0
	冬季訪問客(n=391)	25.8	35.3	38.9	21.7	12.3	24.0	17.4	10.0	19.9	7.4	10.2	3.6	2.8
年代	20代以下(n=71)	26.8	42.3	35.2	31.0	11.3	23.9	15.5	9.9	15.5	14.1	12.7	7.0	0.0
	30代(n=129)	27.1	44.2	34.9	21.7	17.8	17.8	17.1	7.8	20.9	9.3	7.8	3.1	0.0
	40代(n=171)	24.0	41.5	39.8	21.6	14.6	17.5	19.9	14.0	22.2	8.2	14.6	5.3	1.8
	50代(n=183)	27.9	34.4	29.5	27.3	10.4	16.4	20.2	8.2	14.8	3.3	3.8	3.8	2.2
	60歳以上(n=129)	25.6	40.3	41.9	26.4	10.1	19.4	20.2	10.9	15.5	2.3	7.8	2.3	5.4
居住地	根室地域(n=15)	33.3	13.3	33.3	6.7	6.7	20.0	0.0	0.0	40.0	6.7	13.3	0.0	0.0
	道内根室地域以外(n=306)	25.8	35.0	37.3	27.5	10.8	21.6	17.6	7.8	18.3	5.2	9.2	3.6	2.3
	道外(n=362)	26.0	45.3	35.1	23.8	14.9	15.5	21.0	12.7	16.9	7.7	8.6	5.0	1.9
根室訪問経験	1回(n=342)	23.1	43.3	32.7	24.0	12.3	15.2	20.2	9.1	16.4	6.7	7.9	6.4	1.2
	2回以上(n=308)	27.6	39.9	40.6	28.2	13.6	21.8	18.8	12.7	18.8	6.5	10.4	1.9	3.2
同行者	一人(n=197)	29.4	39.6	32.0	29.4	8.6	23.4	18.8	8.6	12.2	5.6	8.6	3.0	2.0
	夫婦・家族(n=380)	26.1	40.3	38.7	23.7	13.7	14.5	19.5	10.5	19.7	7.6	8.4	4.2	1.8
	友人・知人・仕事(n=110)	20.0	41.8	33.6	20.9	16.4	22.7	18.2	12.7	20.0	4.5	10.9	6.4	2.7

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

アンケート調査結果(クラスター分析)

調査結果

【 クラスター分析 】

旅行時の重視項目の回答内容をクラスター分析することで、選択肢の集約を図った。

クラスター分析の結果、回答者の志向は、

- ・「のんびりリラックス層」
- ・「節約志向層」
- ・「周遊志向層」
- ・「文化・交流志向層」
- ・「自然・アクティビティ志向層」

の5つに分けられた。

最も出現率が高いのは「自然・アクティビティ志向層」で29.5%、次いで「のんびりリラックス層」が21.9%となっている。

＜クラスター1【のんびりリラックス層】/全体の21.9%(n=151)＞

性別(%)			居住地(%)				世帯年収
男性	女性	無回答	根室地域	道内根室地域以外	道外	無回答	平均(万円)
59.6	39.7	0.7	3.3	42.4	53.0	1.3	669
年齢(%)							
20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
0.0	9.3	21.9	21.9	28.5	15.9	2.0	0.7
北海道来訪経験(%)				根室地域来訪経験(%)			
1回	2回以上	北海道在住	無回答	1回	2回以上	根室地域在住	無回答
21.9	29.1	47.7	1.3	47.0	43.0	4.0	6.0
旅行時の重視項目(上位5)(%)				クラスターの特徴			
1	一か所でのんびり過ごす			100.0	比較的女性が多く、一か所でのんびり過ごし、自然やアクティビティ、アウトドアに関心が高い。		
2	自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ			23.8			
3	できるだけ費用を抑える			17.2			
4	本物志向・高級感を求める			13.9			
5	その日その日で行動を決める			13.9			

＜クラスター3【周遊志向層】/全体の21.4%(n=148)＞

性別(%)			居住地(%)				世帯年収
男性	女性	無回答	根室地域	道内根室地域以外	道外	無回答	平均(万円)
69.6	28.4	2.0	1.4	37.2	59.5	2.0	649
年齢(%)							
20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
0.0	10.8	18.9	23.6	23.0	20.9	0.7	2.0
北海道来訪経験(%)				根室地域来訪経験(%)			
1回	2回以上	北海道在住	無回答	1回	2回以上	根室地域在住	無回答
21.6	37.8	40.5	0.0	54.7	41.2	2.0	2.0
旅行時の重視項目(上位5)(%)				クラスターの特徴			
1	複数のエリアを周遊する			100.0	比較的男性、60代以上、道外居住者、北海道来訪経験2回以上が多い。複数のエリアを周遊する傾向が強い。		
2	自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ			29.7			
3	テレビや雑誌で取り上げられた有名・定番の食・名所・体験をおさしたい			15.5			
4	その土地の文化・歴史を詳しく知りたい			12.2			
5	その日その日で行動を決める			9.5			

＜クラスター5【自然・アクティビティ志向層】/全体の29.5%(n=204)＞

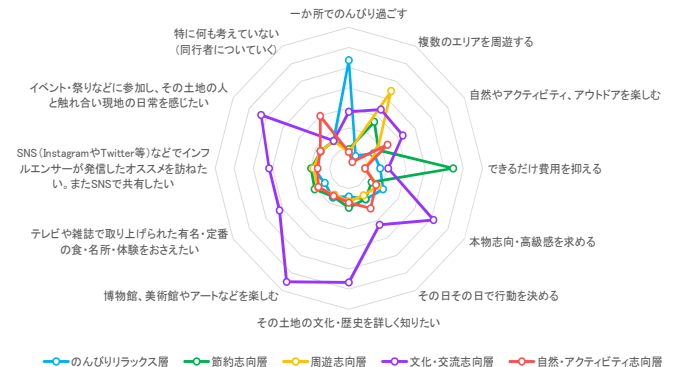
性別(%)			居住地(%)				世帯年収
男性	女性	無回答	根室地域	道内根室地域以外	道外	無回答	平均(万円)
59.8	39.2	1.0	3.4	47.5	48.0	1.0	656
年齢(%)							
20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
0.5	9.8	16.2	25.5	27.9	16.2	2.5	1.5
北海道来訪経験(%)				根室地域来訪経験(%)			
1回	2回以上	北海道在住	無回答	1回	2回以上	根室地域在住	無回答
23.5	23.0	50.5	2.9	48.0	41.7	5.4	4.9
旅行時の重視項目(上位5)(%)				クラスターの特徴			
1	自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ			44.6	比較的男性、北海道居住者が多い。自然やアクティビティ、アウトドアが最も高くなっているが、全般的に関心は低い。		
2	その日その日で行動を決める			24.0			
3	テレビや雑誌で取り上げられた有名・定番の食・名所・体験をおさしたい			14.7			
4	その土地の文化・歴史を詳しく知りたい			13.2			
5	本物志向・高級感を求める			6.9			

＜クラスター2【節約志向層】/全体の19.0%(n=131)＞

性別(%)			居住地(%)				世帯年収
男性	女性	無回答	根室地域	道内根室地域以外	道外	無回答	平均(万円)
71.8	28.2	0.0	0.8	50.4	48.9	0.0	559
年齢(%)							
20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
0.0	10.7	20.6	22.9	28.2	17.6	0.0	0.0
北海道来訪経験(%)				根室地域来訪経験(%)			
1回	2回以上	北海道在住	無回答	1回	2回以上	根室地域在住	無回答
16.0	32.8	50.4	0.8	50.4	48.1	0.8	0.8
旅行時の重視項目(上位5)(%)				クラスターの特徴			
1	できるだけ費用を抑える			100.0	比較的男性、北海道居住者が多く、クラスターの中で最も世帯年収が低い。コストパフォーマンスを重視し、自然やアクティビティ、アウトドアに関心が高い。		
2	複数のエリアを周遊する			56.5			
3	自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ			31.3			
4	テレビや雑誌で取り上げられた有名・定番の食・名所・体験をおさしたい			19.1			
5	その土地の文化・歴史を詳しく知りたい			18.3			

＜クラスター4【文化・交流志向層】/全体の8.2%(n=57)＞

性別(%)			居住地(%)				世帯年収
男性	女性	無回答	根室地域	道内根室地域以外	道外	無回答	平均(万円)
71.9	26.3	1.8	0.0	42.1	56.1	1.8	766
年齢(%)							
20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
0.0	10.5	14.0	36.8	21.1	15.8	0.0	1.8
北海道来訪経験(%)				根室地域来訪経験(%)			
1回	2回以上	北海道在住	無回答	1回	2回以上	根室地域在住	無回答
19.3	35.1	42.1	3.5	45.6	52.6	0.0	1.8
旅行時の重視項目(上位5)(%)				クラスターの特徴			
1	その土地の文化・歴史を詳しく知りたい			91.2	比較的男性、40歳代、根室地域来訪経験2回以上が多く、クラスターの中で最も世帯年収が高い。全般的に関心が高く、特にその土地の文化・歴史、博物館、美術館やアートに対する関心が高い。		
2	博物館、美術館やアートなどを楽しむ			78.9			
3	複数のエリアを周遊する			73.7			
4	自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ			66.7			
5	本物志向・高級感を求める			64.9			

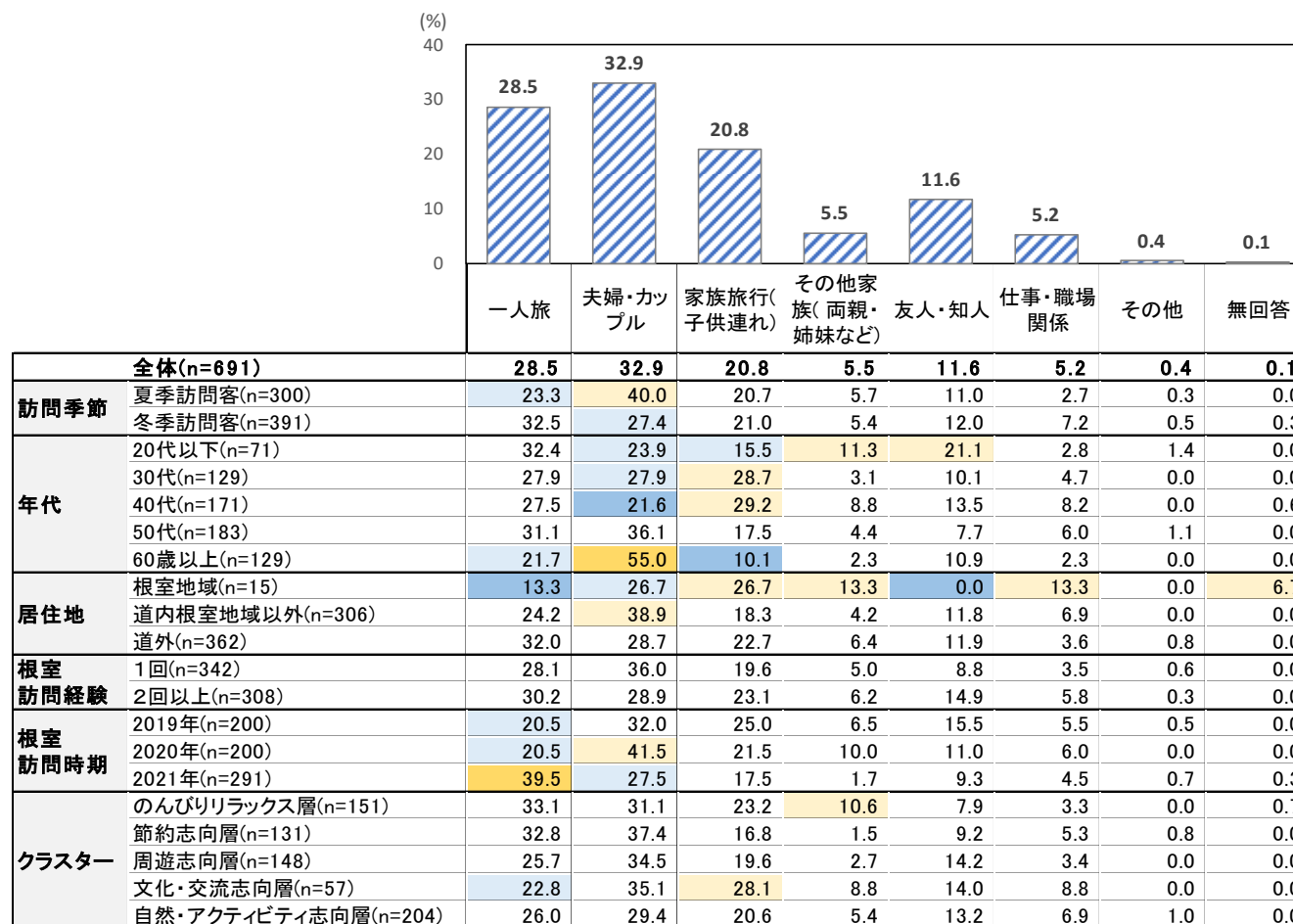


各クラスターの特徴

調査結果

⑥ 同行者の種類

- 全体の**32.9%**が「夫婦・カップル」で最も多く、次いで「一人旅」が**28.5%**、「家族旅行(子供連れ)」が**20.8%**
- 根室訪問時期別にみると、**2021年では2020年以前に比べ「家族連れ」「友人・知人」が減少し「一人旅」が増加**
- クラスター別にみると、のんびりリラックス層は他のクラスターに比べ「その他家族(両親・姉妹など)」が多く、文化・交流志向層では「家族旅行(子供連れ)」が多い

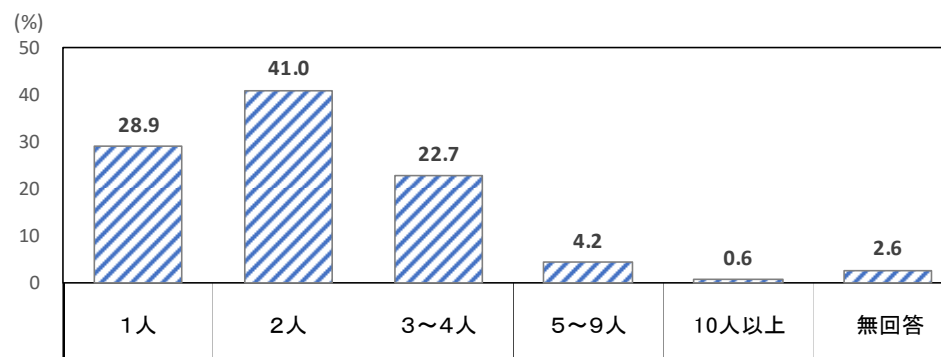


* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

調査結果

⑦ 訪問人数

- 全体の**41.0%**が「**2人**」で最も多く、次いで「**1人**」が28.9%、「**3～4人**」が22.7%
- 年代別にみると、**40代は他の年代層に比べ「3～4人」が多く、60歳以上は「2人」が多い**
- 根室訪問時期別にみると、**2021年では「1人」が約4割を占め、「3～4人」は減少傾向**となっており、**訪問人数の少数化が推察される**



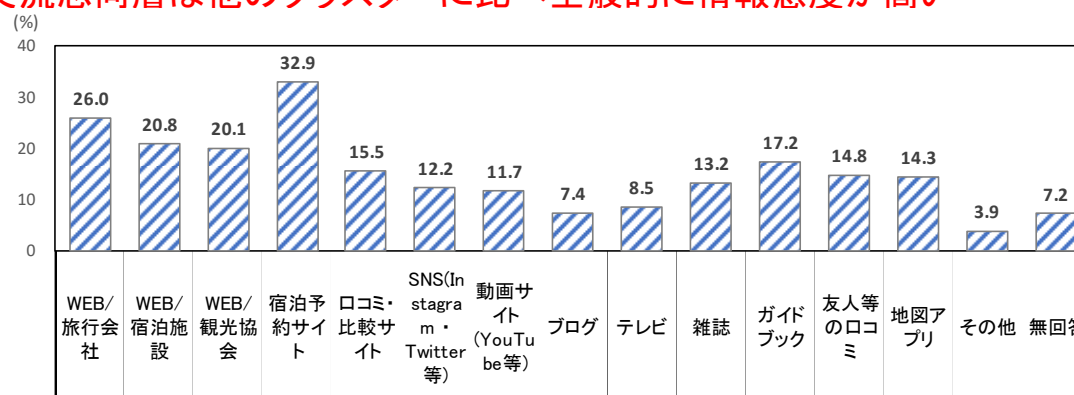
	全体(n=691)	28.9	41.0	22.7	4.2	0.6	2.6
訪問季節	夏季訪問客(n=300)	23.3	46.0	26.3	3.7	0.3	0.3
	冬季訪問客(n=391)	33.2	37.1	19.9	4.6	0.8	4.3
年代	20代以下(n=71)	32.4	32.4	22.5	7.0	1.4	4.2
	30代(n=129)	28.7	37.2	25.6	4.7	0.8	3.1
	40代(n=171)	28.1	30.4	33.9	5.3	0.0	2.3
	50代(n=183)	31.7	45.4	16.9	2.2	1.1	2.7
	60歳以上(n=129)	21.7	59.7	14.0	3.9	0.0	0.8
居住地	根室地域(n=15)	13.3	53.3	13.3	13.3	0.0	6.7
	道内根室地域以外(n=306)	25.2	45.4	22.2	3.6	0.0	3.6
	道外(n=362)	32.0	37.6	23.8	4.4	1.1	1.1
根室訪問経験	1回(n=342)	28.1	43.9	22.8	3.8	0.9	0.6
	2回以上(n=308)	30.8	36.7	24.4	4.2	0.3	3.6
同行者	一人(n=197)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	夫婦・家族(n=380)	0.0	61.3	31.6	5.0	0.5	1.6
	友人・知人・仕事(n=110)	2.7	44.5	32.7	9.1	0.0	10.9
根室訪問時期	2019年(n=200)	20.5	42.5	30.5	5.5	0.5	0.5
	2020年(n=200)	20.5	46.5	25.5	4.5	0.0	3.0
	2021年(n=291)	40.5	36.1	15.5	3.1	1.0	3.8

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

調査結果

⑧ 旅行前の情報入手先

- 訪問人数全体では**32.9%**で「宿泊予約サイト」が最も多く、次いで「WEB/旅行会社」が**26.0%**、「WEB/宿泊施設」が**20.8%**、「WEB/観光協会」が**20.1%**、「ガイドブック」が**17.2%**、雑誌が**13.2%**
- 年代別にみると、「SNS(Instagram・Twitter等)」や「口コミ・比較サイト」は若年層ほど多い
- 居住地別にみると、道外は道内に比べ「WEB/旅行会社」が多い
- クラスター別にみると、文化・交流志向層は他のクラスターに比べ全般的に情報感度が高い



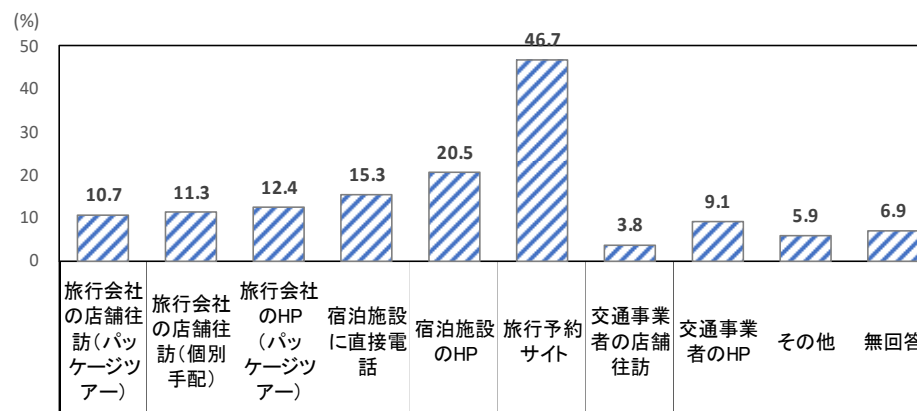
	全体(n=691)	26.0	20.8	20.1	32.9	15.5	12.2	11.7	7.4	8.5	13.2	17.2	14.8	14.3	3.9	7.2
訪問季節	夏季訪問客(n=300)	29.7	20.3	20.7	37.7	14.7	10.0	10.0	7.7	8.7	15.0	22.0	12.0	15.7	2.7	3.0
	冬季訪問客(n=391)	23.3	21.2	19.7	29.2	16.1	13.8	13.0	7.2	8.4	11.8	13.6	16.9	13.3	4.9	10.5
年代	20代以下(n=71)	26.8	28.2	25.4	32.4	25.4	28.2	16.9	14.1	11.3	18.3	18.3	21.1	1.4	2.8	
	30代(n=129)	28.7	21.7	19.4	31.0	18.6	18.6	14.0	8.5	7.0	8.5	19.4	11.6	10.9	0.0	7.0
	40代(n=171)	33.3	24.0	24.6	35.7	18.7	14.0	15.2	9.4	13.5	15.2	13.5	19.3	12.9	3.5	7.0
	50代(n=183)	18.0	16.4	17.5	29.5	7.1	5.5	9.3	5.5	6.0	11.5	17.5	12.0	15.8	6.6	8.2
	60歳以上(n=129)	25.6	17.8	15.5	34.1	14.7	4.7	5.4	3.1	5.4	14.0	19.4	14.0	14.0	6.2	8.5
居住地	根室地域(n=15)	6.7	6.7	6.7	13.3	20.0	26.7	6.7	0.0	0.0	0.0	6.7	13.3	0.0	6.7	20.0
	道内根室地域以外(n=306)	12.7	16.7	15.4	28.1	11.4	11.1	8.2	6.2	7.2	15.0	12.1	17.6	16.0	5.9	13.1
	道外(n=362)	38.4	24.6	24.6	37.0	18.8	12.7	14.9	8.8	9.9	11.9	22.1	12.4	13.5	2.2	1.9
根室訪問経験	1回(n=342)	29.8	21.6	18.7	37.4	15.8	9.9	11.7	6.4	8.8	11.4	17.3	8.5	13.7	2.3	4.1
	2回以上(n=308)	24.7	21.4	23.7	29.2	15.6	14.3	12.7	9.1	8.8	16.2	17.9	21.8	16.6	4.5	9.1
同行者	一人(n=197)	22.3	16.2	16.8	32.0	10.7	10.7	11.7	6.6	8.1	11.2	11.7	10.2	18.8	4.1	8.1
	夫婦・家族(n=380)	27.4	21.3	20.0	33.9	15.5	10.0	10.0	6.8	8.2	13.2	20.0	14.2	11.6	3.9	7.4
	友人・知人・仕事(n=110)	27.3	26.4	26.4	30.9	23.6	22.7	17.3	10.9	10.9	16.4	17.3	25.5	16.4	3.6	5.5
クラスター	のんびりリラックス層(n=151)	31.1	17.9	13.2	28.5	11.9	6.6	13.9	4.6	8.6	12.6	13.9	17.9	12.6	4.6	6.0
	節約志向層(n=131)	20.6	19.1	26.7	38.2	12.2	12.2	11.5	8.4	9.2	13.0	20.6	10.7	15.3	3.8	7.6
	周遊志向層(n=148)	23.6	23.0	20.9	32.4	16.2	10.1	7.4	3.4	4.1	8.1	18.9	11.5	12.2	2.0	5.4
	文化・交流志向層(n=57)	57.9	47.4	49.1	64.9	38.6	40.4	36.8	31.6	31.6	40.4	38.6	35.1	36.8	1.8	0.0
	自然・アクティビティ志向層(n=204)	18.6	15.2	12.3	24.0	13.2	9.8	6.4	4.9	4.9	9.8	10.3	11.8	10.3	5.4	11.3

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

調査結果

⑨ 宿や移動の予約手段

- 全体では**46.7%**で「旅行予約サイト」が最も多く、次いで「宿泊施設のHP」が**20.5%**
- 年代別にみると、**20代以下は30代以上に比べ「旅行会社の店舗往訪(パッケージツアー)」「宿泊施設のHP」が多い**
- クラスター別にみると、**文化・交流志向層は「旅行予約サイト」が多い**



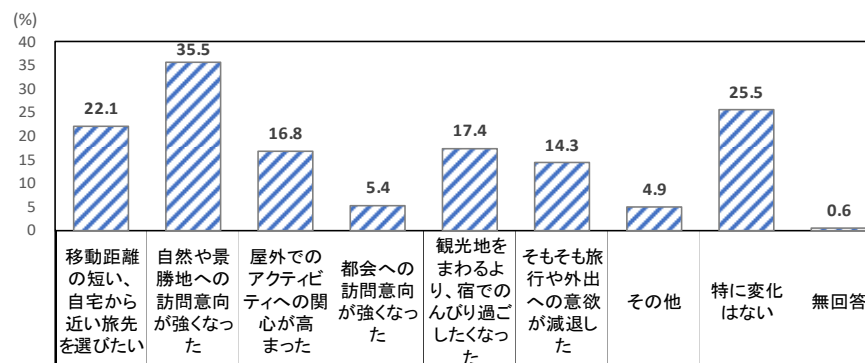
	全体(n=691)	10.7	11.3	12.4	15.3	20.5	46.7	3.8	9.1	5.9	6.9
訪問季節	夏季訪問客(n=300)	11.7	11.0	10.0	13.0	21.7	44.0	2.3	9.7	4.7	5.0
	冬季訪問客(n=391)	10.0	11.5	14.3	17.1	19.7	48.8	4.9	8.7	6.9	8.4
年代	20代以下(n=71)	21.1	15.5	16.9	21.1	31.0	49.3	9.9	18.3	4.2	1.4
	30代(n=129)	15.5	16.3	12.4	14.7	24.0	41.9	5.4	9.3	2.3	6.2
	40代(n=171)	11.7	12.9	15.2	12.3	20.5	53.2	3.5	9.9	5.8	5.8
	50代(n=183)	6.6	10.4	8.7	14.8	15.3	42.1	2.2	7.7	8.2	8.2
	60歳以上(n=129)	5.4	3.9	11.6	18.6	19.4	45.7	0.8	5.4	7.8	10.1
居住地	根室地域(n=15)	0.0	0.0	0.0	26.7	13.3	33.3	0.0	0.0	6.7	26.7
	道内根室地域以外(n=306)	3.3	4.6	4.9	16.7	23.2	49.0	2.6	3.6	9.2	13.1
	道外(n=362)	17.7	17.4	19.3	13.8	18.8	44.8	4.7	14.4	3.3	1.1
根室訪問経験	1回(n=342)	14.3	14.3	12.9	12.9	15.8	44.7	2.6	8.5	4.4	3.5
	2回以上(n=308)	8.1	9.4	13.0	17.5	25.3	50.3	5.5	10.7	7.1	8.8
同行者	一人(n=197)	8.6	11.7	10.7	16.8	17.3	47.7	5.6	13.2	6.1	6.6
	夫婦・家族(n=380)	12.9	11.8	12.1	13.2	18.4	48.4	2.1	6.6	4.5	8.4
	友人・知人・仕事(n=110)	7.3	9.1	14.5	20.9	33.6	40.0	6.4	10.9	10.9	2.7
クラスター	のんびりリラックス層(n=151)	17.2	9.3	15.2	15.2	19.9	39.7	4.6	9.3	6.0	5.3
	節約志向層(n=131)	8.4	13.7	7.6	16.0	16.0	50.4	2.3	8.4	6.1	9.9
	周遊志向層(n=148)	6.8	10.8	10.8	12.8	20.3	48.6	0.7	5.4	6.8	3.4
	文化・交流志向層(n=57)	22.8	21.1	28.1	26.3	45.6	71.9	19.3	21.1	3.5	1.8
	自然・アクティビティ志向層(n=204)	6.9	8.8	10.3	13.7	17.2	41.2	2.0	8.8	5.9	10.3

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

調査結果

⑩ コロナ禍による旅先の選択についての変化

- 全体では**35.5%**で「自然や景勝地への訪問意向が強くなった」が最も多く、次いで「特に変化はない」が**25.5%**、「移動距離の短い、自宅から近い旅先を選びたい」が22.1%
- 居住地別にみると、**道外は道内に比べ「自然や景勝地への訪問意向が強くなった」が多い**
- クラスター別にみると、のんびりリラックス層は「移動距離の短い、自宅から近い旅先を選びたい」が多く、節約志向層は「特に変化はない」が多く、文化・交流志向層は「自然や景勝地への訪問意向が強くなった」が多い



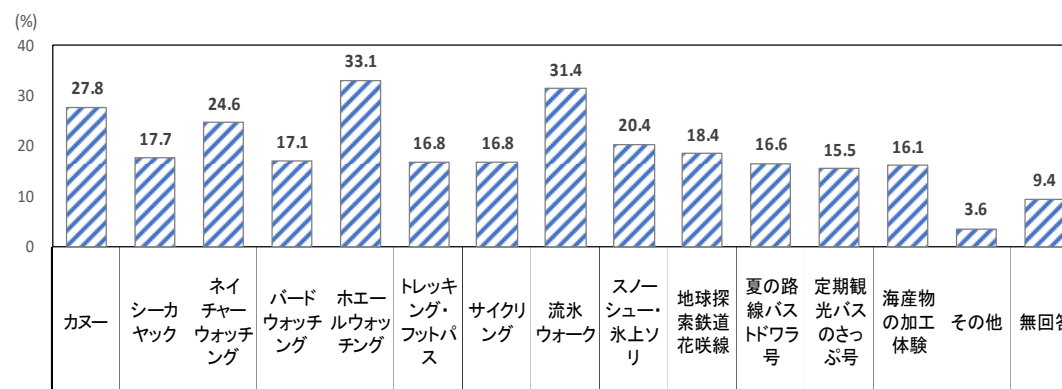
	全体(n=691)	22.1	35.5	16.8	5.4	17.4	14.3	4.9	25.5	0.6
訪問季節	夏季訪問客(n=300)	23.0	41.3	17.0	4.7	18.3	13.7	0.7	23.0	-
	冬季訪問客(n=391)	21.5	30.9	16.6	5.9	16.6	14.8	8.2	27.4	1.0
年代	20代以下(n=71)	31.0	40.8	25.4	16.9	22.5	12.7	4.2	21.1	-
	30代(n=129)	28.7	35.7	22.5	7.0	15.5	8.5	3.1	18.6	0.8
	40代(n=171)	23.4	39.2	19.9	5.8	17.5	18.7	4.7	22.8	0.6
	50代(n=183)	17.5	29.5	12.0	1.6	16.4	12.6	8.2	29.0	0.5
	60歳以上(n=129)	17.1	34.9	9.3	2.3	16.3	17.1	3.1	34.1	0.8
居住地	根室地域(n=15)	53.3	6.7	20.0	13.3	6.7	20.0	-	-	6.7
	道内根室地域以外(n=306)	22.2	26.1	12.7	2.9	17.6	15.7	7.5	29.7	0.3
	道外(n=362)	21.3	44.2	19.9	7.2	17.1	12.7	3.0	23.5	0.6
根室訪問経験	1回(n=342)	22.5	38.6	18.1	5.0	16.7	13.5	2.6	22.5	-
	2回以上(n=308)	19.5	34.7	16.2	5.8	19.5	14.6	7.5	30.2	1.0
同行者	一人(n=197)	12.7	34.0	12.7	4.6	11.7	13.2	8.1	33.0	1.0
	夫婦・家族(n=380)	27.1	37.1	17.4	5.3	20.3	13.4	3.9	21.6	-
	友人・知人・仕事(n=110)	20.9	32.7	21.8	7.3	18.2	19.1	1.8	25.5	1.8
クラスター	のんびりリラックス層(n=151)	38.4	34.4	13.9	4.6	25.8	16.6	3.3	13.9	-
	節約志向層(n=131)	16.8	34.4	18.3	6.1	15.3	12.2	2.3	35.9	0.8
	周遊志向層(n=148)	16.9	37.2	15.5	3.4	9.5	12.8	4.7	25.0	0.7
	文化・交流志向層(n=57)	38.6	66.7	47.4	21.1	50.9	24.6	3.5	10.5	-
	自然・アクティビティ志向層(n=204)	12.7	27.0	10.3	2.5	8.8	12.3	8.3	31.9	1.0

* 黄色は全体+10ポイント以上、オレンジは+5ポイント以上、青は-10ポイント以下、水色は-5ポイント以下

調査結果

⑪ 今後体験したい観光コンテンツ

- 全体では**33.1%**で「ホエールウォッチング」が最も多く、次いで「流水ウォーク」が**31.4%**、「カヌー」が**27.8%**、「ネイチャーウォッチング」が**24.6%**
- 年代別にみると、若年層ほど「カヌー」が多い
- 同行者別にみると、友人・知人・仕事は他の旅行スタイルに比べ「サイクリング」「夏の路線バス トドワラ号」が多い



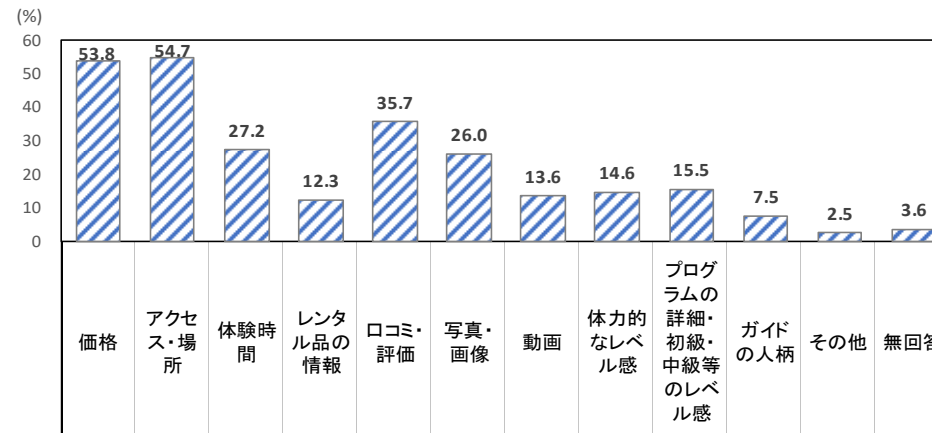
	全体(n=691)	27.8	17.7	24.6	17.1	33.1	16.8	16.8	31.4	20.4	18.4	16.6	15.5	16.1	3.6	9.4
訪問季節	夏季訪問客(n=300)	26.7	18.7	28.3	15.7	29.3	16.7	17.0	30.7	18.0	18.3	17.3	17.0	19.7	3.7	5.7
	冬季訪問客(n=391)	28.6	16.9	21.7	18.2	36.1	16.9	16.6	32.0	22.3	18.4	16.1	14.3	13.3	3.6	12.3
年代	20代以下(n=71)	40.8	18.3	16.9	16.9	26.8	19.7	16.9	28.2	26.8	18.3	14.1	12.7	18.3	2.8	7.0
	30代(n=129)	37.2	21.7	26.4	14.7	31.0	14.0	17.8	29.5	20.9	17.8	16.3	16.3	20.2	1.6	7.0
	40代(n=171)	28.1	18.1	28.1	17.5	33.9	15.2	21.6	35.1	23.4	15.2	19.3	17.0	16.4	1.2	5.8
	50代(n=183)	21.9	15.8	22.4	14.8	37.2	20.2	13.7	35.0	19.1	20.2	13.7	15.3	12.0	6.6	11.5
	60歳以上(n=129)	18.6	14.7	25.6	20.9	32.6	14.7	13.2	25.6	14.0	20.2	17.8	14.7	15.5	5.4	12.4
居住地	根室地域(n=15)	13.3	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0	6.7	20.0	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	40.0
	道内根室地域以外(n=306)	29.7	19.0	24.5	20.9	40.2	17.3	19.3	33.7	19.9	17.6	14.4	14.1	15.4	5.9	12.1
	道外(n=362)	26.5	17.4	26.0	14.4	28.5	16.9	15.2	30.4	21.0	19.9	19.3	17.7	17.4	1.9	5.0
根室訪問経験	1回(n=342)	27.8	17.5	26.0	13.7	31.3	17.5	14.6	30.1	19.3	19.3	17.0	17.3	18.4	2.6	5.3
	2回以上(n=308)	29.5	19.8	24.7	22.1	36.0	17.9	20.8	34.1	22.7	19.5	17.5	15.3	15.6	4.9	10.4
同行者	一人(n=197)	24.4	15.2	22.8	17.8	36.0	18.8	17.3	29.9	19.8	20.3	17.3	16.2	14.2	2.0	11.7
	夫婦・家族(n=380)	28.7	18.4	25.8	17.4	32.6	16.6	14.2	31.8	19.5	18.4	14.5	15.5	16.1	3.7	7.9
	友人・知人・仕事(n=110)	30.9	20.0	22.7	15.5	30.0	14.5	24.5	33.6	23.6	14.5	22.7	13.6	20.0	6.4	10.9
クラスター	のんびりリラックス層(n=151)	29.8	14.6	21.2	17.2	36.4	16.6	13.2	26.5	19.9	13.2	13.9	16.6	13.2	1.3	11.9
	節約志向層(n=131)	26.7	20.6	26.7	15.3	35.1	15.3	19.8	37.4	19.8	22.9	12.2	14.5	19.1	6.1	8.4
	周遊志向層(n=148)	22.3	18.9	20.3	16.9	28.4	14.2	15.5	31.1	16.2	22.3	16.9	10.1	12.8	2.7	10.1
	文化・交流志向層(n=57)	45.6	38.6	40.4	26.3	50.9	35.1	33.3	52.6	42.1	38.6	49.1	40.4	33.3	7.0	1.8
	自然・アクティビティ志向層(n=204)	26.0	11.3	24.5	15.7	27.9	14.7	13.7	25.5	18.1	10.8	12.3	12.3	13.7	3.4	9.8

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

調査結果

⑫ 観光コンテンツを予約する際、参考にする情報

- 全体では**54.7%**で「アクセス・場所」が最も多く、次いで「価格」が**53.8%**、「口コミ・評価」が**35.7%**
- 年代別にみると、**20代以下は30代以上に比べ「写真・画像」「ガイドの人柄」が多い**
- 根室訪問経験別にみると、**2回以上は1回に比べ「口コミ・評価」が多い**
- 同行者別にみると、**友人・知人・仕事は他の旅行スタイルに比べ「価格」が少ない**



	全体(n=691)	53.8	54.7	27.2	12.3	35.7	26.0	13.6	14.6	15.5	7.5	2.5	3.6
訪問季節	夏季訪問客(n=300)	58.0	62.7	32.0	13.0	36.0	26.0	15.3	16.0	17.3	9.0	1.7	2.3
	冬季訪問客(n=391)	50.6	48.6	23.5	11.8	35.5	26.1	12.3	13.6	14.1	6.4	3.1	4.6
年代	20代以下(n=71)	52.1	53.5	32.4	12.7	42.3	36.6	16.9	18.3	16.9	18.3	2.8	1.4
	30代(n=129)	52.7	51.2	27.1	20.2	34.1	23.3	13.2	13.2	14.7	7.8	2.3	2.3
	40代(n=171)	58.5	61.4	31.6	13.5	39.2	25.7	14.6	18.1	17.0	5.8	2.3	0.6
	50代(n=183)	51.9	48.6	23.5	9.3	35.5	21.9	9.8	12.0	14.8	3.3	2.2	4.9
	60歳以上(n=129)	54.3	61.2	24.8	7.8	31.0	31.0	17.1	13.2	15.5	9.3	3.1	4.7
居住地	根室地域(n=15)	53.3	26.7	26.7	0.0	20.0	13.3	6.7	0.0	13.3	0.0	0.0	20.0
	道内根室地域以外(n=306)	54.6	53.6	23.5	9.8	39.9	25.2	9.5	15.7	14.1	6.2	2.6	4.6
	道外(n=362)	53.6	58.0	30.9	15.2	33.1	27.9	17.7	14.4	17.1	9.1	2.5	0.8
根室訪問経験	1回(n=342)	53.5	55.6	29.2	13.2	32.7	25.4	15.2	12.6	14.9	7.9	2.0	2.3
	2回以上(n=308)	55.8	54.9	26.9	13.0	41.6	27.9	13.0	18.8	16.9	8.1	2.6	3.6
同行者	一人(n=197)	53.8	51.3	25.4	10.7	33.0	23.9	10.7	11.2	13.7	6.6	2.5	4.6
	夫婦・家族(n=380)	55.5	56.1	27.6	12.4	37.4	25.8	15.0	15.8	15.5	7.1	2.1	3.4
	友人・知人・仕事(n=110)	48.2	57.3	30.0	15.5	33.6	30.9	14.5	17.3	18.2	10.9	3.6	2.7
クラスター	のんびりリラックス層(n=151)	57.0	50.3	30.5	13.9	27.2	20.5	13.9	13.2	17.2	6.6	4.0	4.6
	節約志向層(n=131)	74.0	62.6	25.2	10.7	34.4	29.8	12.2	13.0	14.5	3.1	0.8	1.5
	周遊志向層(n=148)	48.0	62.8	27.0	9.5	39.2	27.0	12.2	13.5	10.1	4.7	4.1	3.4
	文化・交流志向層(n=57)	70.2	84.2	54.4	35.1	71.9	56.1	40.4	40.4	42.1	26.3	1.8	3.5
	自然・アクティビティ志向層(n=204)	38.2	38.7	18.6	7.8	30.4	18.6	7.8	10.3	11.3	7.8	1.5	4.4

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

⑬ 訪問観光地と移動手段

- 1番目から7番目までの目的地と、利用交通手段を集計
- 目的地を延べ人数で集計すると、「納沙布岬」が9.9%で最も多く、次いで「風連湖」が5.6%、「根室市_その他」が5.2%、春国岱が3.6%
- 「納沙布岬」と「風連湖」、「春国岱」や「明治公園」などの根室市内の他の観光コンテンツとの組み合わせが多い。
- 根室エリアへは、釧路市からの移動が多く、網走市からの移動が次いで多い

調査結果



アンケート調査結果(観光動向 ⑬訪問観光地と移動手段)

根室エリアの旅行者のうち、半数以上が自家用車、レンタカーを利用
一方で、路線バスでアクセス可能な観光コンテンツには、約5～10%の旅行者が路線バスを利用

⑬ 訪問観光地と移動手段

- 納沙布岬は、
「レンタカー」が24.5%
「JR在来線」が19.7%
「観光バス」が11.1%
- 野付半島ネイチャーセンターは、
「レンタカー」が33.9%
「観光バス」が15.6%
「路線バス」が4.6%
- 開陽台は、
「レンタカー」が28.4%
「観光バス」が6.8%
- 知床ネイチャークルーズは、
「レンタカー」が32.9%
「観光バス」が19.2%
- 標津サーモンパークは、
「レンタカー」が31.7%
「路線バス」が5.0%
- 別海町鉄道記念公園
「レンタカー」が30.2%
「路線バス」が11.3%
- ポー川自然史公園は、
「レンタカー」が28.9%
「観光バス」が26.3%
「路線バス」が7.9%

		交通手段												(%)
		J R 在 来 線	J R 新 幹 線	航 空 機	フェ リ ー	観 光 バ ス	路 線 バ ス	レ ン タ カー	自 家 用 車	タク シー	オート バイ	自 転 車	その他	
目的 地 (降 順)	納沙布岬(n=314)	19.7	0.0	0.0	0.0	11.1	2.9	24.5	32.5	0.6	1.0	1.6	0.0	6.1
	風蓮湖(n=180)	7.2	0.0	0.0	0.0	11.1	7.2	18.9	27.2	1.7	2.8	0.6	0.0	23.3
	根室市_その他(n=165)	6.7	0.0	0.0	0.0	6.1	3.0	21.2	61.2	0.0	0.0	0.0	0.6	1.2
	釧路市(n=156)	13.5	0.0	0.0	0.0	3.8	2.6	23.7	45.5	0.6	0.0	1.3	1.3	7.7
	釧路空港(n=127)	11.0	0.0	37.8	0.0	4.7	1.6	33.1	9.4	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	春国岱(n=114)	12.3	0.0	0.0	0.0	13.2	5.3	17.5	23.7	1.8	4.4	0.9	0.0	21.1
	明治公園(n=109)	10.1	0.0	0.0	0.0	11.9	5.5	27.5	23.9	2.8	1.8	0.9	0.0	15.6
	野付半島ネイチャーセンター(n=109)	3.7	0.0	0.0	0.0	15.6	4.6	33.9	34.9	0.9	0.9	1.8	0.0	3.7
	野付半島原生公園(n=109)	4.6	0.0	0.0	0.0	9.2	1.8	31.2	41.3	1.8	0.9	2.8	0.0	6.4
	開陽台(n=88)	2.3	0.0	0.0	0.0	6.8	0.0	28.4	48.9	0.0	3.4	2.3	0.0	8.0
	網走市(n=86)	18.6	0.0	0.0	0.0	8.1	8.1	26.7	29.1	0.0	0.0	1.2	0.0	8.1
	羅臼岳(n=74)	2.7	0.0	0.0	0.0	8.1	4.1	44.6	32.4	0.0	1.4	0.0	0.0	6.8
	知床ネイチャークルーズ(n=73)	8.2	0.0	0.0	0.0	19.2	1.4	32.9	26.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.3
	厚岸町(n=70)	4.3	0.0	0.0	0.0	4.3	1.4	22.9	61.4	0.0	2.9	0.0	1.4	1.4
	斜里町(n=64)	0.0	0.0	0.0	0.0	9.4	3.1	23.4	59.4	1.6	0.0	0.0	0.0	3.1
	弟子屈町(n=63)	4.8	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	23.8	58.7	1.6	0.0	3.2	0.0	1.6
	羅臼湖(n=62)	3.2	0.0	0.0	0.0	19.4	3.2	40.3	19.4	4.8	0.0	0.0	0.0	9.7
	女満別空港(n=62)	1.6	0.0	25.8	0.0	8.1	1.6	37.1	17.7	1.6	0.0	1.6	0.0	4.8
	標津サーモンパーク(n=60)	5.0	0.0	0.0	0.0	3.3	5.0	31.7	41.7	1.7	0.0	0.0	1.7	10.0
	ムツゴロウ動物王国(n=57)	8.8	0.0	0.0	0.0	14.0	7.0	33.3	15.8	5.3	3.5	3.5	0.0	8.8
	羅臼町_その他(n=56)	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	1.8	17.9	76.8	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0
	中標津空港(n=55)	3.6	0.0	40.0	0.0	7.3	7.3	32.7	7.3	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0
	別海町鉄道記念公園(n=53)	15.1	0.0	0.0	0.0	9.4	11.3	30.2	17.0	1.9	0.0	7.5	0.0	7.5
	鶴居村(n=47)	2.1	0.0	0.0	0.0	6.4	0.0	27.7	55.3	0.0	0.0	2.1	0.0	6.4
	浜中町(n=39)	5.1	0.0	0.0	0.0	5.1	5.1	23.1	59.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6
	ポー川自然史公園(n=38)	7.9	0.0	0.0	0.0	26.3	7.9	28.9	13.2	2.6	2.6	0.0	0.0	10.5
	中標津町_その他(n=35)	2.9	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	14.3	68.6	5.7	0.0	0.0	5.7	0.0
	熊超の滝(n=35)	11.4	0.0	0.0	0.0	20.0	2.9	25.7	17.1	5.7	5.7	2.9	0.0	8.6
	白糠町(n=35)	20.0	0.0	0.0	0.0	2.9	2.9	22.9	34.3	0.0	2.9	5.7	0.0	8.6
	釧路町(n=28)	17.9	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	28.6	32.1	3.6	3.6	0.0	0.0	10.7
	知床岬ヒグマポートクルーズ(n=24)	4.2	0.0	0.0	0.0	25.0	4.2	20.8	29.2	8.3	0.0	4.2	0.0	4.2
	標茶町(n=23)	0.0	0.0	0.0	0.0	17.4	0.0	21.7	56.5	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0
	別海町_その他(n=16)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	87.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	標津町_その他(n=8)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	87.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他(n=96)	18.8	0.0	8.3	3.1	0.0	2.1	18.8	47.9	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0

* 黄色は50%以上、オレンジは40%台、水色は30%台、青は20%台、緑は10%台

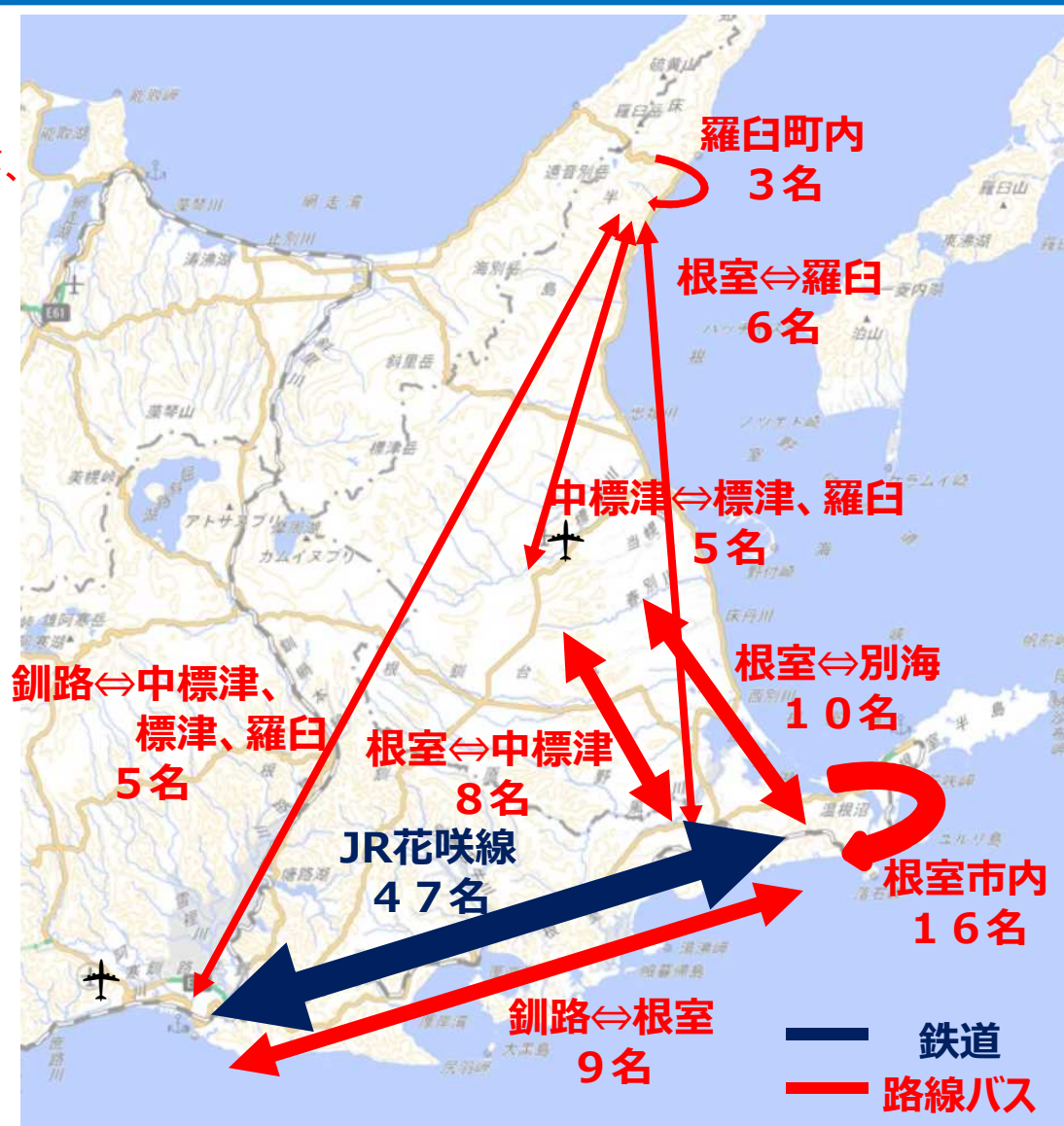
アンケート調査結果(観光動向 ⑬訪問観光地と移動手段)

◆根室エリアにおいて、公共交通機関を利用した旅行者(n=69)の移動経路を分析

- アンケートの回答者(n=691)のうち約10%が、鉄道または路線バスを利用
- JR花咲線の利用者が最も多く、次いで根室市内の路線バス、釧路・根室間の都市間バス、根室・中標津線が続く
- 公共交通のみで周遊していた旅行者(n=37)のうち、道外居住者の比率は約80%
- 公共交通を利用した季節は、冬季が約60%
- 公共交通の利用者の年齢層は、

20代	17%
30代	23%
40代	30%
50代	15%
60代以上	15%

 であり、比較的40代以下の利用者が多い



北海道外の旅行者のうち、特に40代以下で、冬季の需要が高いと推測される

調査結果まとめ

根室地域の観光動向、観光客の特徴

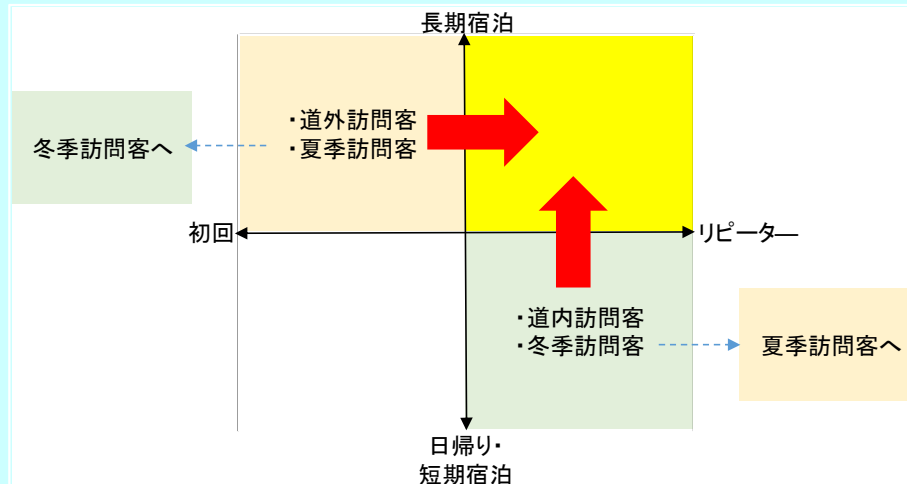
- 夏季訪問客は初回の観光客が多い
- 道外訪問客は初回の観光客が多い
- 道外訪問客、夏季訪問客は「複数のエリアを周遊する」傾向
→ 効率的に数多くの観光体験をして、次回の旅行は根室地域が選択肢に入っていない可能性
- 道内訪問客、冬季訪問客は「自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ」傾向
- 公共交通の利用は、冬季の需要が多く、北海道外の旅行者のうち、特に40代以下が多い
- 冬季訪問客はリピーターが多い
- 道内訪問客はリピーターが多い



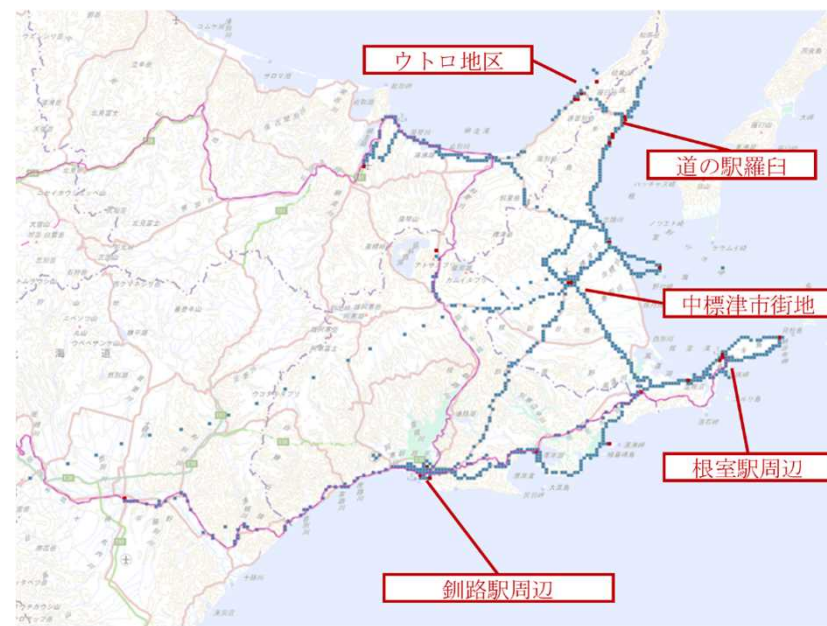
- 居住地と訪問時期の二つの側面から、今後の根室地域における観光施策の方向性を考えると、右図に示したように、『道外訪問客・夏季訪問客はリピーターへ』、『道内訪問客・冬季訪問客は宿泊の長期化へ』、さらに『夏季訪問客に対してはさらに冬季へ』、『冬季訪問客に対してはさらに夏季へ』とするアプローチが有効

- 道外訪問客、夏季訪問客に対しては、“また根室地域に訪問したい”と思ってもらうこと、さらに夏季訪問客に対しては、冬季の観光コンテンツの魅力を訴求し、“冬季にも訪問してみたい”と思ってもらうことが有効

- 観光コンテンツを予約する際に参考にするのはアクセスが上位であったことから、利用できる公共交通機関の情報発信が必要。デジタル世代の需要が比較的高いので、デジタルでの情報発信が有効



位置情報を活用した公共交通利用者の 移動経路



路線バスを移動手段とする道外旅行者の移動経路(2021年)

- ## ●公共交通利用の判定

ナビタイムが独自に整備した鉄道路線データに対して、当該エリアの鉄道路線の10m以内で測位されたGPSのうち、速度が30～120km/時で移動したGPSが4点以上存在するデータを鉄道利用と判定した。

ナビタイムが独自に整備したバス路線データを用い、任意のバスの運行に対して、後述する条件を満たすバス停が4個以上存在するデータをバス利用と判定した。(条件:あるバス停にバスが発着する時刻の前後3分以内にそのバス停から100m以内で測位される)

属性	自動車	鉄道	路線バス	鉄道＋ 路線バス	公共交通機関 (観光バス)
道内	399	1	3	0	0
道外	157	9	10	8	0
道内＋道外	556	10	13	8	0

移動手段別旅行者数(2021年)

取得データ諸元

次の条件において北海道内で取得したアプリ利用者の位置情報を以下「アプリ利用旅行者」という。

◆利用スマートフォン用アプリケーション:

『ALKOO(あるこう)by NAVITIME』(ウォーキング・歩数計アプリ)(GPSデータ)

◆対象年:2020年・2021年(暦年)

◆対 象:①道内居住者(土日祝日・年末年始、お盆等・祝日との間となる飛び石連休の平日)
②道外居住者(全日)

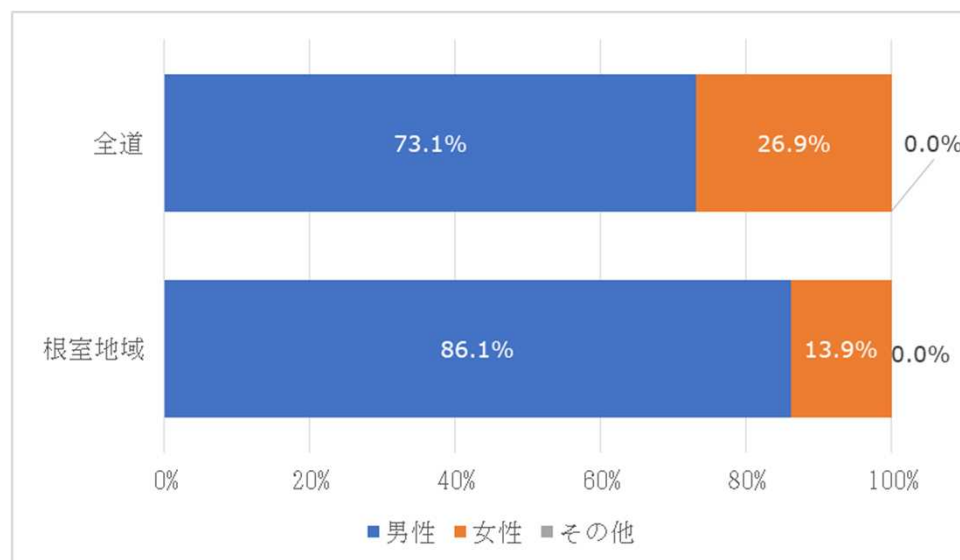
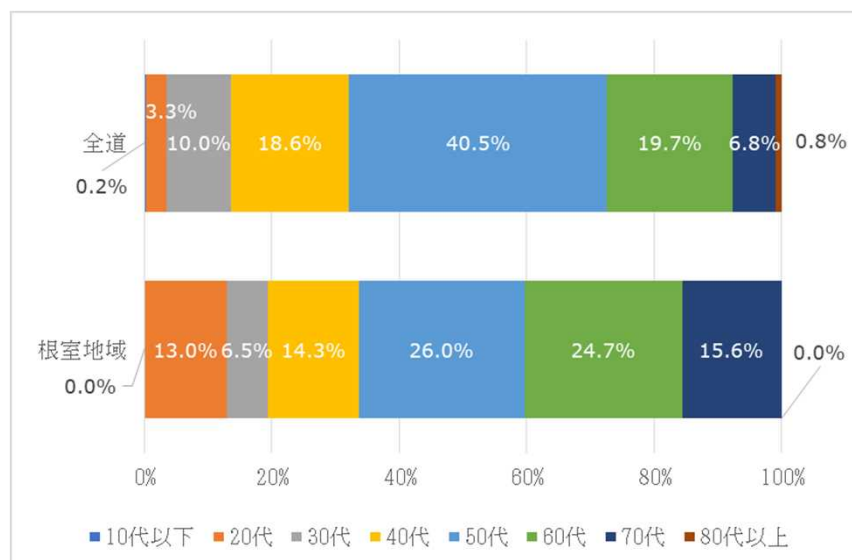
◆取得位置情報:

同一メッシュ内(1Km)に30分以上連続した滞在を1カウント

属性	2020 年		2021 年		滞在者数の差 (2021-2020)	
	旅行者数	滞在者数	旅行者数	滞在者数	人数	ポイント差
道内	553	400	564	403	3	-0.8%
道外	249	190	240	184	-6	0.4%
道内+道外	802	590	804	587	-3	-0.6%

△根室地域における道内外別 旅行者数、滞在者数

○2021年に根室地域を訪れた道外旅行者では、2020年と比較すると50代、60代の割合が減少し、40代以下の割合が増加している。性別では男性が8割以上となっており、2020年よりも男性の割合が増加している。



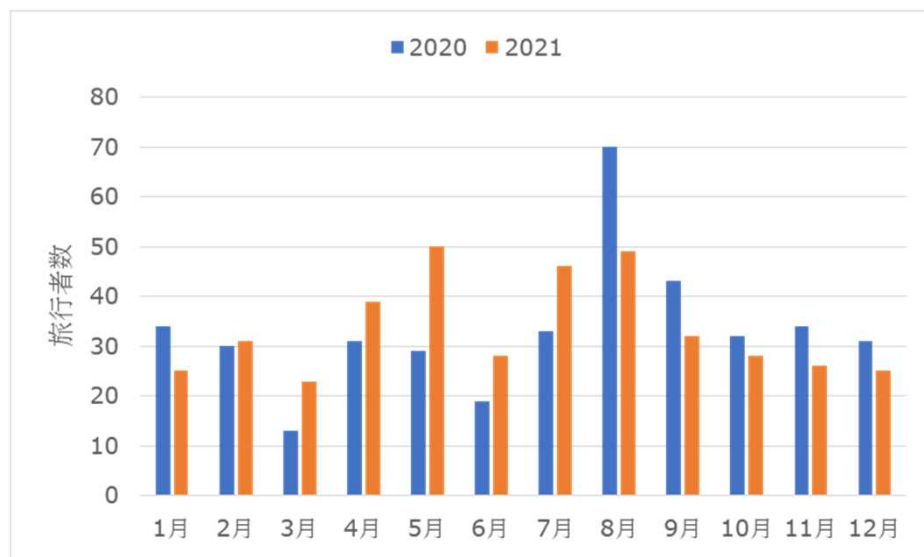
△ 年代別旅行者数（不明を除く）2021

◆道内旅行者(2020,2021)

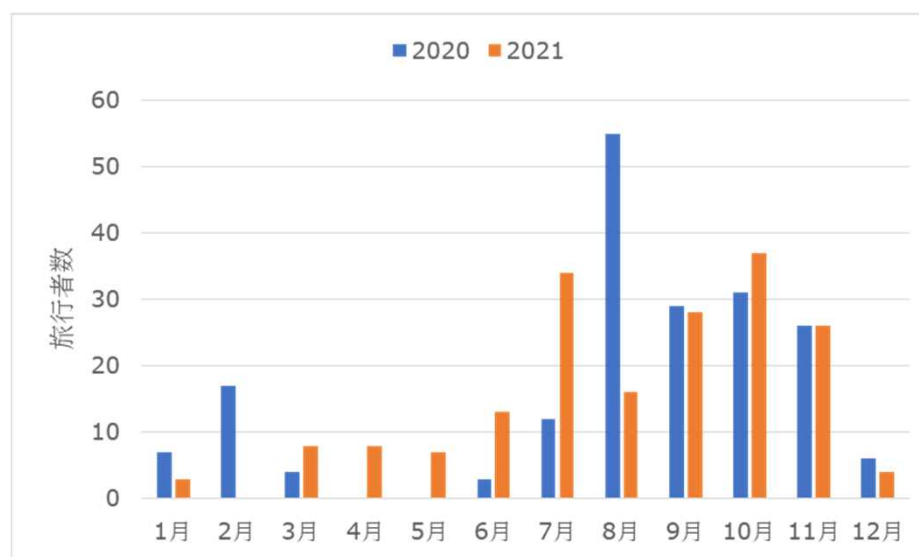
- ・道内2020年は道外と比較すると月ごとの変化が少ない。
- ・3月は旅行者数が減少しており、旅行者が最も多かったのは2020年8月であった。

◆道外旅行者(2020,2021)

- ・2020年は2月から旅行者数が減少している様子が見られる。
- ・特に4月、5月は旅行者数が0人となっており、道内と同様に8月の旅行者数が最も多い。
- ・2021年は4月、5月にも旅行者が見られた他、8月は2020年ほど旅行者の増加が見られたものの、7月、10月に旅行者が増加している様子が見られる。



△月別旅行者数（道内）



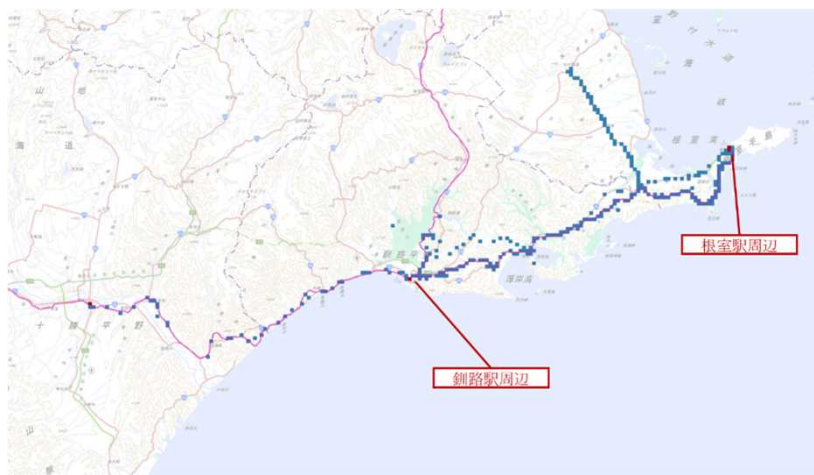
△月別旅行者数（道外）

鉄道を移動手段とする旅行者の移動経路(GPSアプリ利用者)

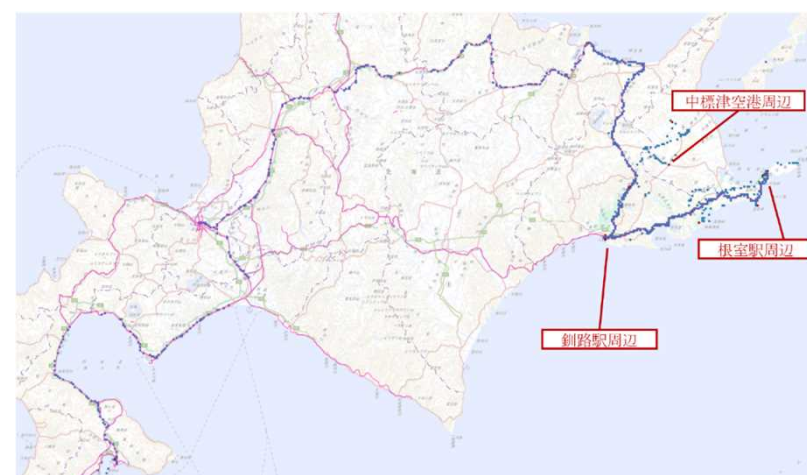
○2020年の道外旅行者については富良野地域や函館駅周辺まで周遊している移動も見られ、根室地域を含めた北海道全域を周遊している訪問者もいる。

○2021年の道外旅行者については、2020年で見られた傾向のほか、帯広周辺での周遊も見られた。

○2020年の道内旅行者については根室地域や中標津方面への移動は見られるものの広域な移動はあまり見られなかった。



△鉄道を移動手段とする道内旅行者の移動経路（2020年）



△鉄道を移動手段とする道外旅行者の移動経路（2020年）



△鉄道を移動手段とする道内旅行者の移動経路(2021年)



△鉄道を移動手段とする道外旅行者の移動経路（2021年）

路線バスを移動手段とする旅行者の移動経路(GPSアプリ利用者)

- 2020年の道外旅行者は道内旅行者と比較して広い範囲で測位されており、知床半島の北側等にも周遊している様子が見られる。
- 2021年も同様の範囲での周遊が見られるほか、航空機を利用したと思われる旅行者も見られた。
- 2020年の道内旅行者は比較的狭い範囲で周遊している様子が確認できる。2021年の道内旅行者についても2020年と同様の傾向だが、納沙布岬周辺に周遊の様子が見られた。



△路線バスを移動手段とする道内旅行者の移動経路(2020年)



△路線バスを移動手段とする道外旅行者の移動経路(2020年)



△路線バスを移動手段とする道内旅行者の移動経路(2021年)



△路線バスを移動手段とする道外旅行者の移動経路(2021年)

- 2020年の道外旅行者は根室地域の他帯広駅周辺でも測位されており、周遊している様子が確認できる。
- バス路線については、厚床線、納沙布線、川湯線を利用したと見られるデータが観測できた。
- 2021年には網走方面を周遊する様子も見られた。バス路線については納沙布線、阿寒本町線、釧路空港連絡バス、西浜線を利用していることが推測される。
- なお、道内旅行者については鉄道と路線バスの両方を利用した旅行者が見られなかった。



△鉄道＋路線バスを移動手段とする道外旅行者の移動経路
(2020年)



△鉄道＋路線バスを移動手段とする道外旅行者の移動経路
(2021年)

観光コンテンツの受入状況調査結果

根室地域において周遊観光を促進するため、根室地域の観光施設、体験観光における旅行者の受入状況、受入環境等について調査

実施概要

【調査方法】

郵送配布、返信用封筒による郵送回収で実施

【調査対象】

根室地域の観光コンテンツ事業者

	配布数	回収数
根室市	6件	6件
別海町	5件	5件
中標津町	5件	4件
標津町	5件	5件
羅臼町	6件	3件
合 計	27件	23件

【調査内容】

施設営業状況、来訪者状況、受入環境状況及び課題等

【実施時期】

2021年12月24日(金)～2022年2月4日(金)

「施設名」の受入状況等に関する調査

現在、北海道内各地域において観光客を促進するため、観光地域の観光施設、体験観光における旅行者の受入状況、受入環境等について調査しております。貴重なお時間をいただき大変感謝しております。アンケートへのご協力をお願いいたします。

問1 貴施設について教えてください。

営業時期	コロナ前	1. 通常営業	2. 季節営業 (月～ 月)
	現在	1. 通常営業	2. 季節営業 (月～ 月)

従業員数 (現在) () 名

問2 貴施設では来訪者数や滞在時間等の来訪者状況を把握していますか。
また、把握している場合、どのような方法で把握していますか。

1. 把握している 2. 把握していない

問3 問2で「1. 把握している」とお答えの方にお聞きします。
今年1年間の来訪者数(来訪者数)を教えてください。
※合計するも「10」単位で記入してください。

(1) 来訪者数割合

来客数	割合	合計
		1.0

(2) 居住地域割合

居住地域	割合	合計
		1.0

(3) 性別割合

性別	割合	合計
		1.0

(4) 同行者割合

一人	夫婦・カップル	家族	友人・知人	仕事関係	合計
					1.0

(5) 年齢割合

19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	合計
								1.0

(6) リピーター割合

初めて	リピーター	合計
		1.0

問4 月別の来訪者数を教えてください。※各月の来訪者数を表内へご記入ください。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
2019年													
2020年													

問5 一度に受入可能な人数(施設での最大受入人数)は何人ですか。

() 名

問6 貴施設までの案内表示の設置状況を教えてください。(いくつでも)

1. 施設名の表示 2. 施設周辺道路に表示 3. 駅や空港等の交通拠点に表示
4. その他(具体的に)

問7 貴施設に所属(提携・委託等も含む)しているガイド人数を教えてください。

() 名

問8 貴施設へ予約する方法を教えてください。(いくつでも)

1. 電話 2. メール 3. 自社 HP 4. 予約サイト(予約等)
5. 予約不要 6. その他(具体的に)

問9 来訪者からの要望が多いものを教えてください。(いくつでも)

1. 事前にHP等で内容を詳しく知りたい 2. 予約方法を教えてください
3. 電話以外で予約したい 4. アクセス方法を教えてください
5. アクセシビリティを教えてください 6. 案内表示を増やしてほしい
7. 体験メニューを増やしてほしい 8. 体験時間を長くしてほしい
9. その他(具体的に)

問10 現状の受入環境に関する課題を教えてください。

問11 貴施設概要を教えてください。

事業者名

担当者氏名

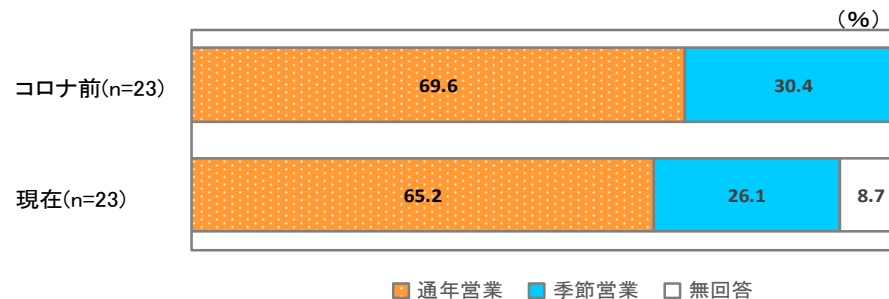
電話番号

メールアドレス

ご協力ありがとうございました。

① 営業時期

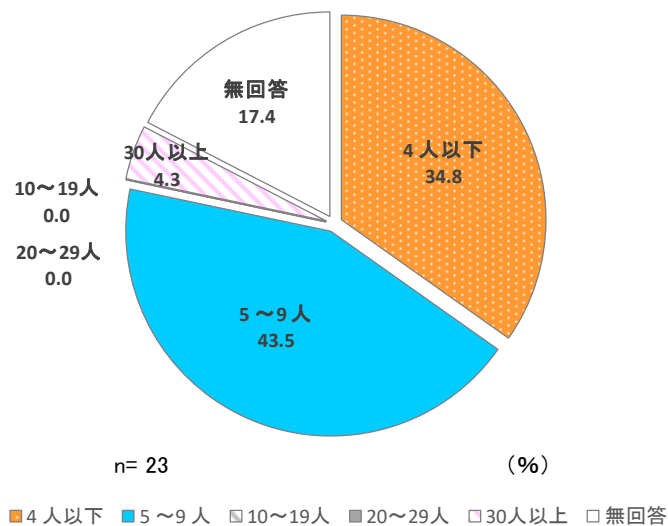
● コロナ前と現在どちらも「通年営業」の施設が半数以上



② 従業員数(現在)

● 従業者数は「5～9人」が43.5%で最も多い

● 「4人以下」が34.8%

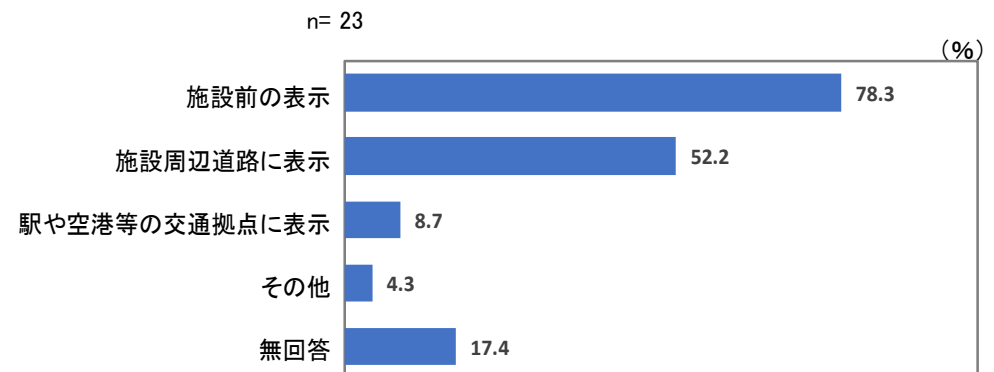


③ 案内表示設置状況

● 「施設前に案内表示」の設置をしている施設が78.3%

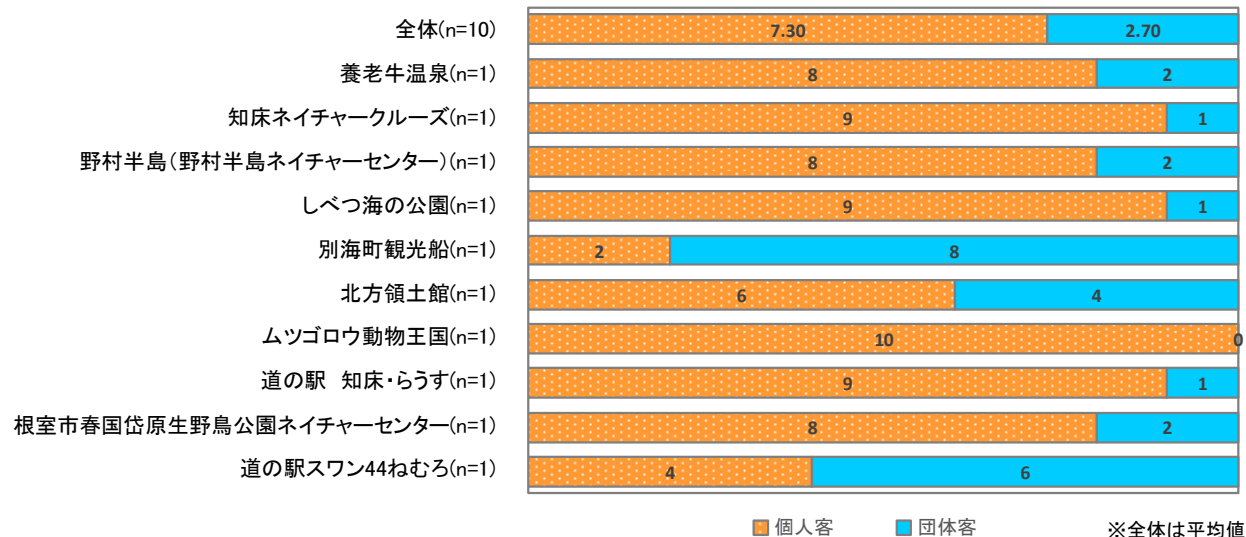
● 「施設周辺道路に案内表示」をしている施設が52.2%

● 「駅や空港等の交通拠点に表示」は8.7%



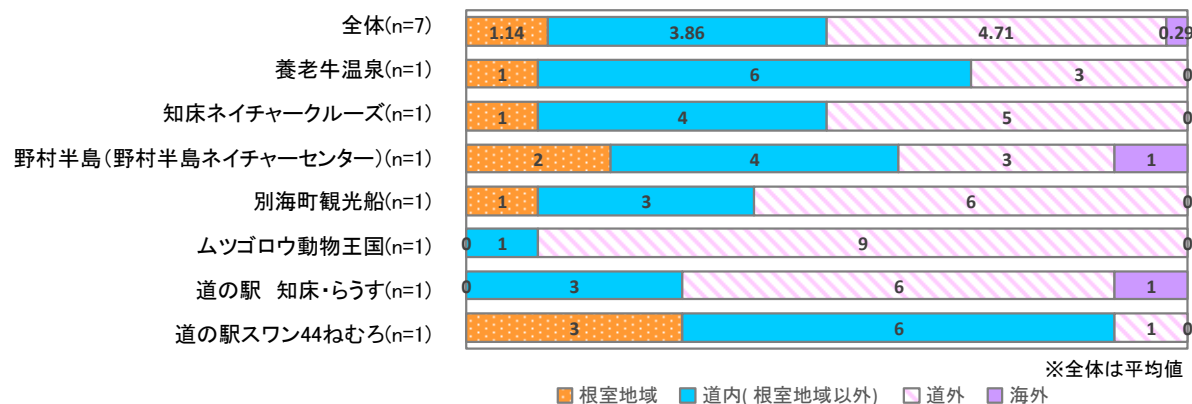
④ 来訪者数

- 全体の約7割が「個人客」
- 個別にみると別海町観光船・道の駅スワン44ねむろが「個人客」よりも「団体客」が多い



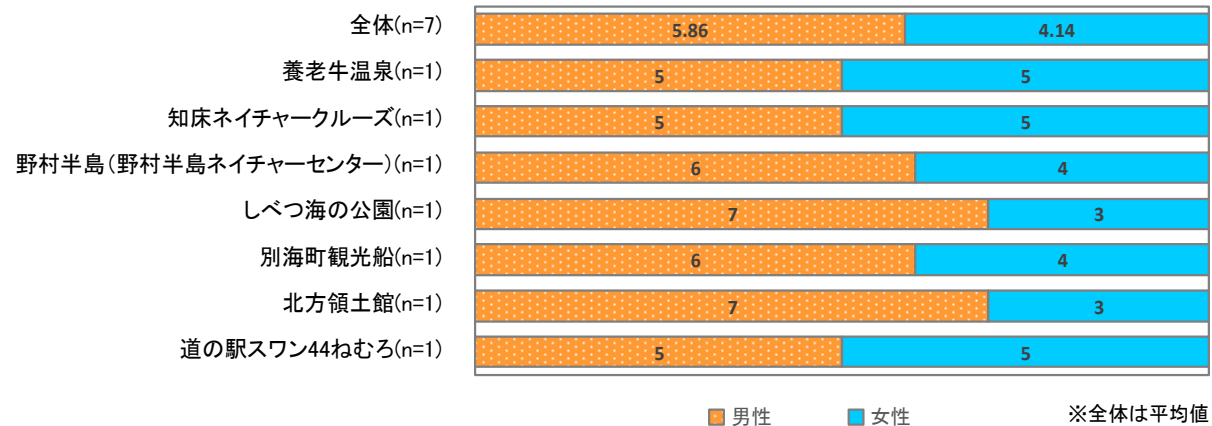
⑤ 居住地割合

- 48%が「道外」からの来訪者で最も多く、次いで38%「道内(根室地域以外)」



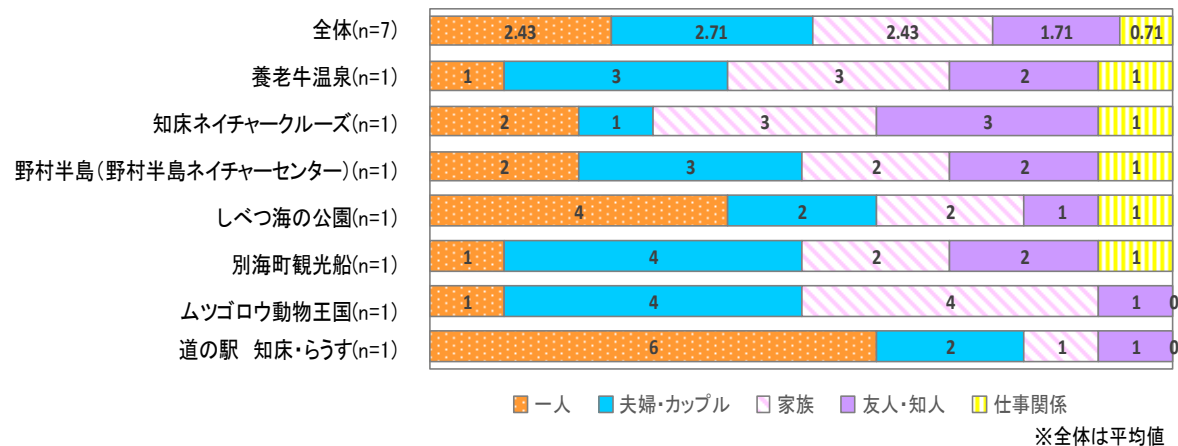
⑥ 性別割合

- 全体の58%が「男性」
- 個別にみると養老牛温泉・知床ネイチャークルーズ・スワン44ねむろの3施設が「男性」と「女性」の割合が半々



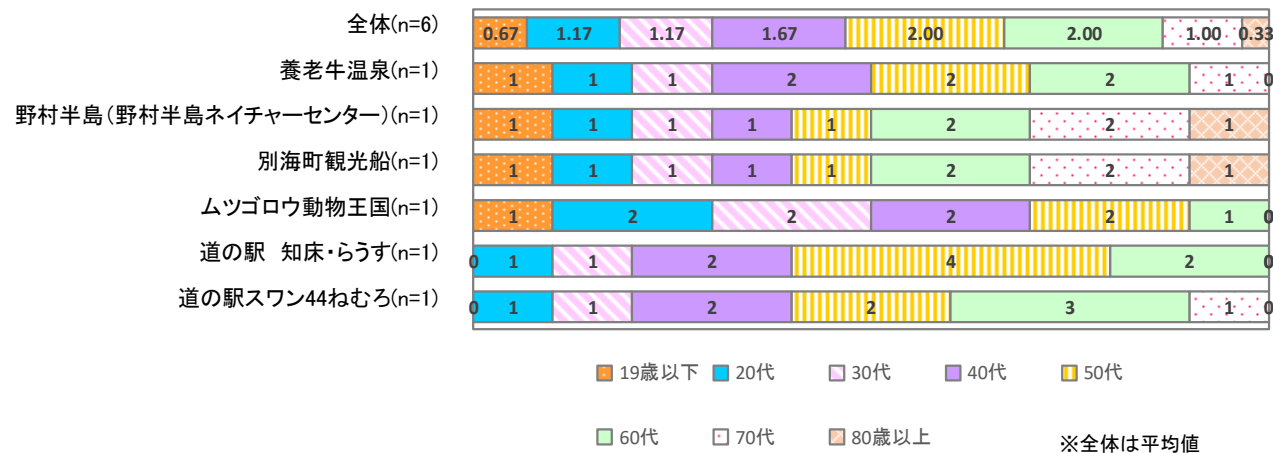
⑦ 同行者割合

- 全体の27%が「夫婦・カップル」での来訪で最も多く、次いで24%が「家族」、「一人」が多い



⑧ 年齢割合

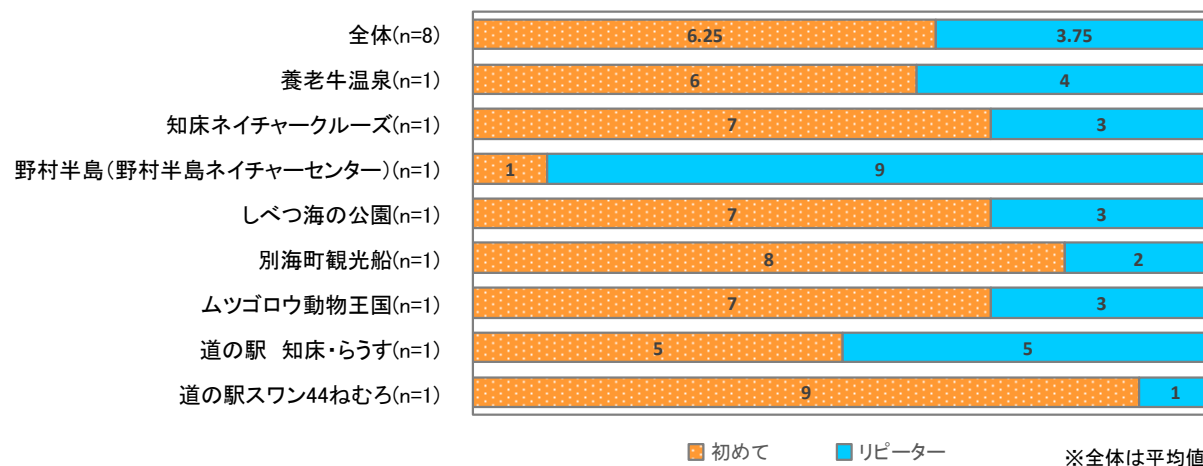
● 「50代」と「60代」の来訪者がそれぞれ全体の2割で最も多く、次いで16%が「40代」



⑨ リピーター割合

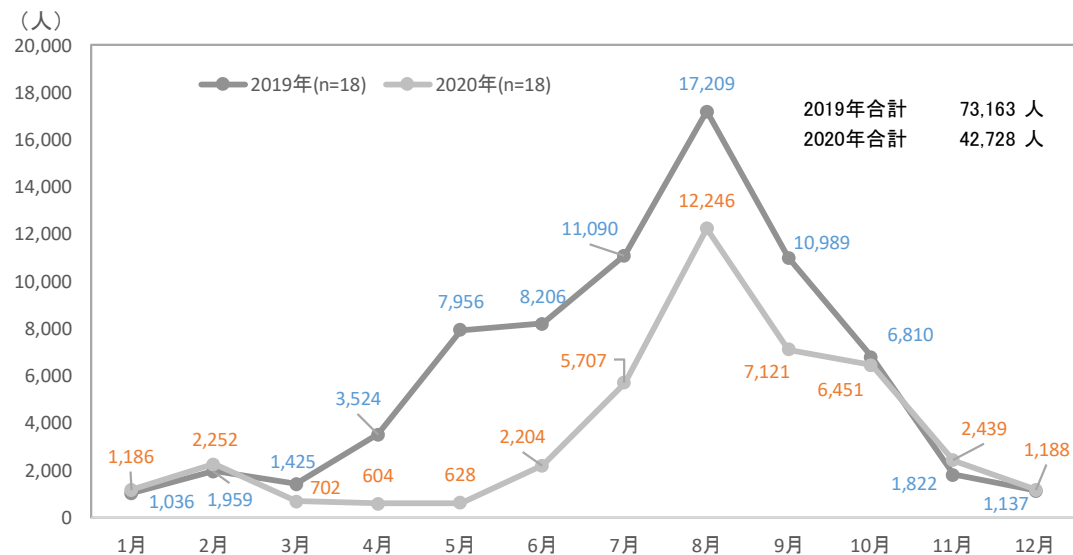
● 全体の62%が「初めて」の来訪者

● 個別にみると野村半島は9割が「リピーター」



⑩ 月別来訪者数

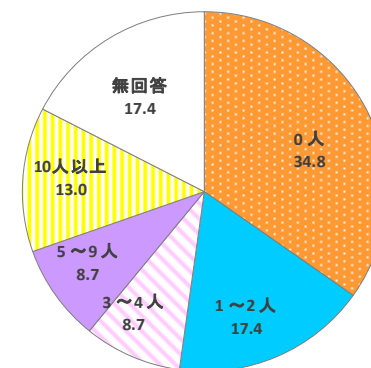
- 「2020年」の来訪者数より「2019年」の来訪者数が多い
- どちらの年も来訪者数のピークは8月



※数値は各施設の平均値

⑪ 所属ガイド数

- ガイドがない「0人」施設が34.8%で最も多く、次いでガイド「1～2人」の施設が17.4%



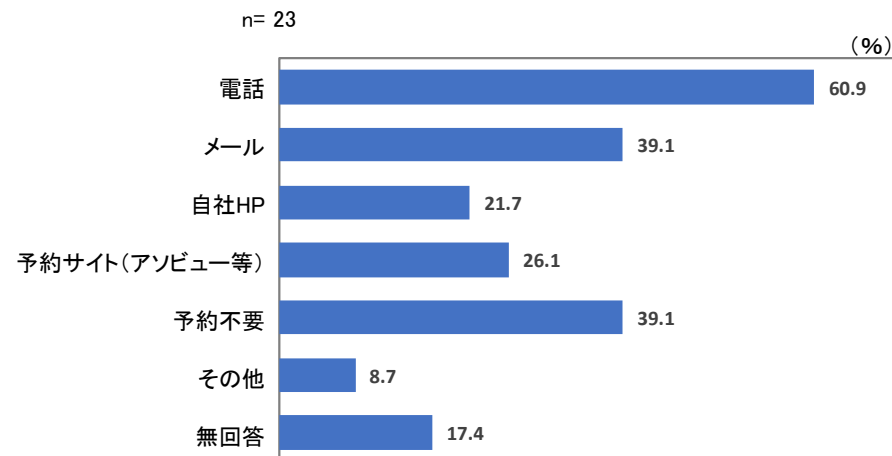
n= 23

(%)

0人 1～2人 3～4人 5～9人 10人以上 無回答

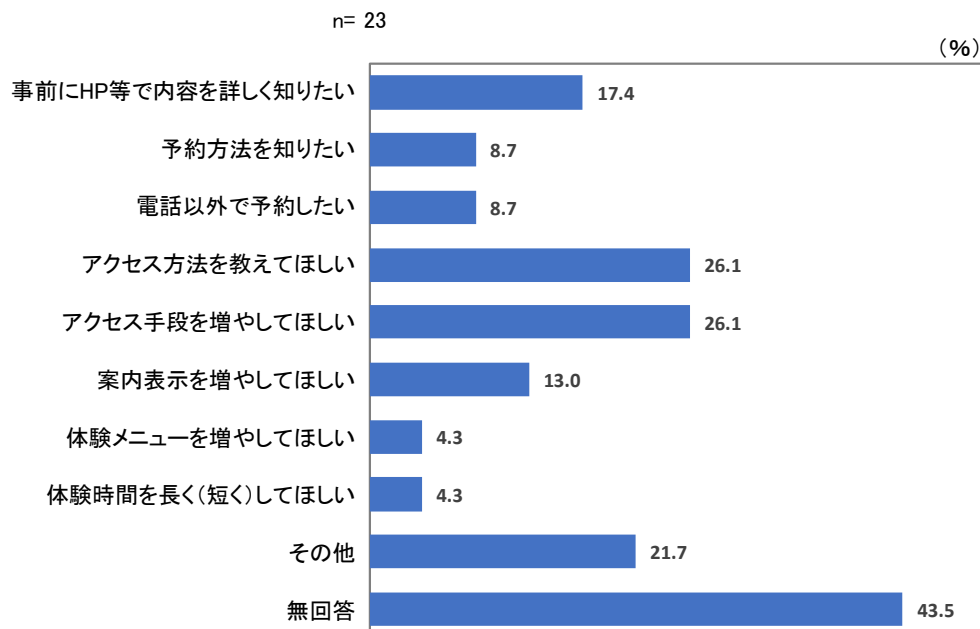
⑫ 予約方法

- 「電話」の予約が60.9%と最も多い
- 次いで「メール」と「予約不要」がそれぞれ39.1%



⑬ 来訪者からの要望

- 「アクセス方法を教えてほしい」が26.1%
- 「アクセス手段を増やしてほしい」が26.1%
- 「事前にHP等で内容を詳しく知りたい」が17.4%
- 次いで「その他」が21.7%
(その他の内容)
 - ・雨天時に変更できる体験メニュー。
 - ・現地の天候が知りたい。
 - ・雨風を防げるような建物(屋根付き)がほしい。
 - ・自然情報の問い合わせが多い。
 - ・木道等の施設、設備の整備。



⑭ 現状の受入環境の課題(自由記述)

(施設に関する課題)

- ・イベント等開催時の駐車スペースの不足。
- ・施設の老朽化(駐車場トイレ、階段など)
- ・施設が手狭である。
- ・トイレが仮設のため、お客様のためにもはやく水洗トイレを設置したいです。
- ・トイレがとても古く臭い。
- ・駐車場の数が少ない。
- ・夏期駐車場の狭隘／国道の草刈が遅いため事故。
- ・館内の設備の整備(トイレの洋式化、洗面所の温水化、バリアフリー化(階段)、授乳室・救護室など)
- ・野外施設の修復(木道、木橋、観察路のコースロープ、道標の設置など)

(二次交通に関する課題)

- ・自家用車・レンタカーでの来館がほとんど。
- ・公共交通(バス)の便数が少なく、タクシーも限られるので、車以外の来館手段がない。
- ・冬季は知床横断道路が閉鎖され、中標津、釧路からのバスか公共交通機関がないため、2次交通の利便性が非常に悪い。
- ・アクセス手段が少ない。

(情報発信)

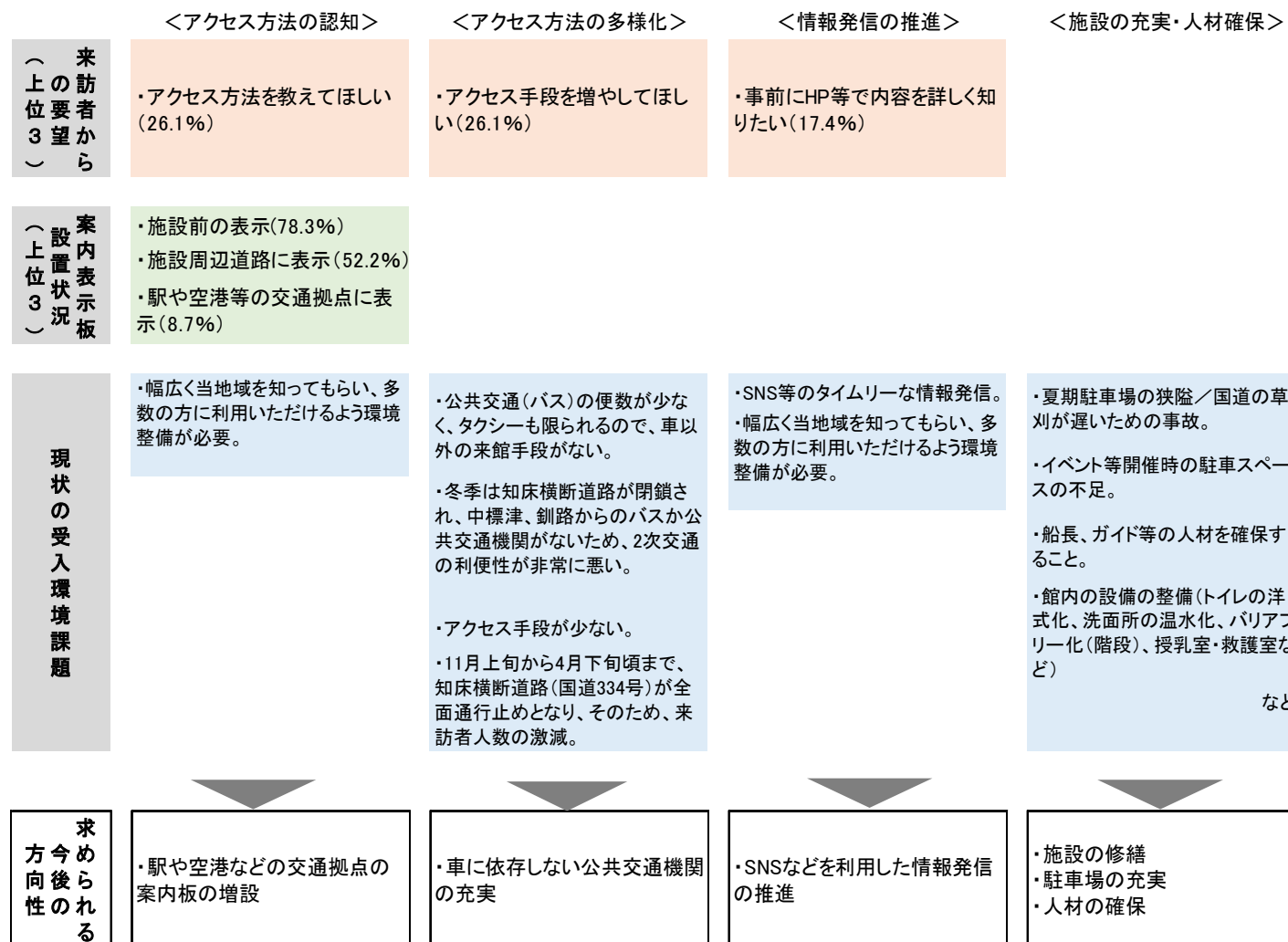
- ・SNS等のタイムリーな情報発信。
- ・幅広く当地域を知ってもらい、多数の方に利用いただけるよう環境整備が必要。

(その他)

- ・オートサイトに宿泊者以外の利用客が進入する。
- ・船長、ガイド等の人材を確保すること。

調査結果まとめ

- 来訪者の要望として、「アクセス方法を教えてほしい」「アクセス手段を増やしてほしい」「事前にHP等で内容を詳しく知りたい」が上位3となっています。駅や空港等の交通拠点に案内表示を設置している施設は1割未満
- 一方で、案内表示の設置は、物理的、費用的に困難な場合もあるので、**WEBサイトやSNS等での情報発信**も有効であると考えられる。



観光コンテンツの磨き上げに向けた取組

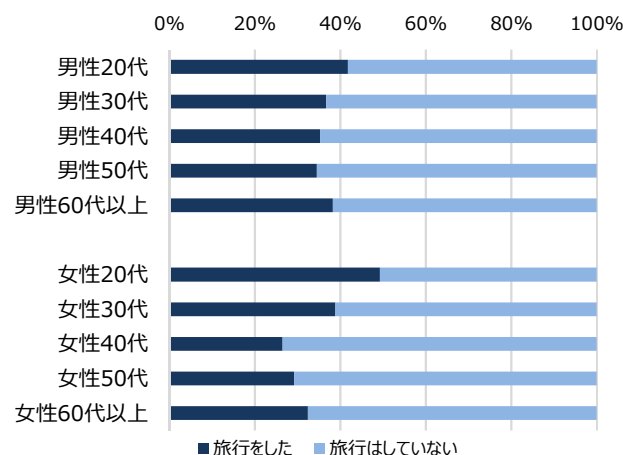
地域の魅力的な観光コンテンツの再認識と磨き上げに向けた取組を検討するため、専門家を招請し、意見交換会を実施

【専門家の選定にあたって】

- 新型コロナ感染拡大により最初の緊急事態宣言が発出された**2020年4月から12月の旅行経験**について聞いたところ、**男性20代41.8%、男性30代36.7%、女性20代49.3%、女性30代38.9%**と、若い年代が他と比べ高い結果となった。また、コロナ収束後の旅行意向を年代別にみると、**20代から30代の若者（いわゆるミレニアル世代）の旅行意欲の高さが現れている。**
- この地域には、自然や風景、野生動物の写真撮影目当てで訪れる観光客が多いが、全体的に年齢層が高いため**新たなターゲット層の開拓の可能性**
- コロナ禍を経験し、「大自然」や「癒し」を求める傾向が強いターゲットに対して、**根室地域の大自然がマッチ**
- **発信力のあるミレニアル世代の感性を、観光資源の魅力ある情報発信に結びつけた取組が期待できること**

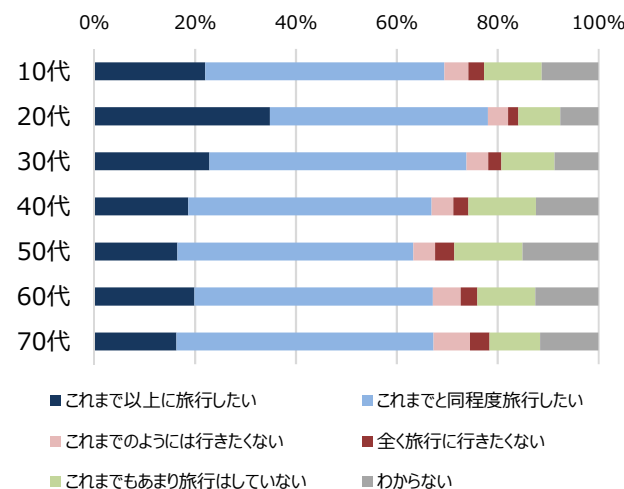
(※) ミレニアル世代／1981年～1996年生まれ（現25歳～40歳）全国に約2,200万人

2020年4～12月までの旅行実施率



「新型コロナウイルス感染拡大による暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査／2021年1月」（JTB総合研究所）をもとに作成

新型コロナウイルス収束後の旅行意向



「令和3年度観光白書」（観光庁）をもとに作成

【招請した専門家】

専門家プロフィール

バリーズ株式会社CEO

野々村菜美（ののむらなみ）氏

- ・福岡県糸島市出身。29歳で海外旅行専門メディアTabiMUSE（タビミューズ）を立ち上げ約4万人の旅好きミレニアル世代女性コミュニティを形成、同時にバリーズ（株）を創業



＜バリーズ（株）の特徴＞

- メンバー全員がミレニアル世代の旅好き
- 旅行メディア“TabiMUSE”の運営を通じて、同世代の旅好きコミュニティと常に接しニーズを理解
- 自身の旅への熱い想いと、コミュニティの声を活用し、国内外の旅行関連事業者・団体様の課題解決をサポート

ファムトリップ・意見交換会行程

◆10月5日（火） 羅臼町

- ① ホタテ殻向き体験（濱田商店）
- ② 熊越の滝トレッキング（NPO法人しれところ・ウシ）
- ③ 知床羅臼野遊びフィールド
（知床羅臼NOASOBI MANABI推進協議会）

◆10月6日（水） 羅臼町、標津町、中標津町

- ① クジラ・イルカ・バードウォッチング
（知床ネイチャークルーズ）
- ② 原始河川ポー川カヌー（南知床標津町観光協会）
- ③ ファットバイクツアー（なかしべつ観光協会）

◆10月7日（木） 根室市、別海町、中標津町

- ① 花咲線（JR北海道）
- ② 別海ジャンボホタテバーガー（双葉寿司）
- ③ ムツゴロウ動物王国日だまり乗馬クラブ
（ムツ牧場）

◆10月8日（金） 中標津町

- ① 意見交換会

【 専門家による評価 】

- 視察先の観光コンテンツ毎に、評価できる点、改善すべき点を収集し、評価できる点はどこを伸ばせばより旅行者へ訴求するか、改善すべき点については、何をどのように改善すれば、より旅行者へ訴求するかを整理した。
- また、効果的な誘客、情報発信手法の検討を行うために、ターゲットとなる属性（年代、居住地（道外、道内など）、嗜好（歴史、文化、自然など）、旅行形態（個人、団体、家族、夫婦など）、リピーター等）の絞り込みを行った。

コンテンツの評価

各コンテンツごとに、以下の6つの項目で評価

- ① コンテンツを楽しむ上で、設備等（ソフト・ハード）が整っているか
- ② 知的興味を含む体験としての楽しさ・ワクワク感
- ③ 独自性（他地域との差別化）
- ④ 自分自身の挑戦や価値観の変化に繋がるか
- ⑤ ガイディング（ガイドがいる場合）
- ⑥ 写真を撮り、発信したいと思えるか

その上でコンテンツの「評価点」、「改善点」、「ターゲットイメージ」、「コンテンツの響くシーン」を整理

評価点

ターゲットイメージ

改善点

コンテンツで響くシーン

ホタテの殻剥き体験／羅臼町 濱田商店

【評価点】

- ホタテの貝開きや、海鮮丼を自分で盛りつけたりと、**美味しさ**に加えて**ユニークな体験**が加わるとより**価値ある時間**に変わるので、大変楽しかった。
- すぐ隣でお魚が販売されており、お土産として配送することができるのも良かった。

【改善点】

- 事前にInstagramで情報を調べたが、体験の様子が出てこなかった。→海鮮丼屋さんとか伝わらず、せっかくの差別化されたコンテンツが知られるきっかけが少ない。

【ターゲットイメージ】

30代子連れファミリー／20～30代夫婦・カップル
食好き／アクティブ

【コンテンツで響くシーン】



熊越えの滝トレッキング／羅臼町 NPO法人しれとこラ・ウシ

【評価点】

- コロナ禍で日常的なストレスが溜まっている中、**開放的な時間**は**需要が高い**。

【改善点】

- 最初の説明が少なかった印象。(長靴の履き方や回るコースの説明)
 - 他のトレッキングとの差別化が乏しい。もっと自然の中を「滞在する時間」が欲しい。
- 例) 温泉が湧き出ているところで長靴の上から足湯ができる

【ターゲットイメージ】

ご年配／アクティブ女子／カップル旅

【コンテンツで響くシーン】

滝のしぶきを浴びた時は、トレッキングで温まった体がクールダウンできてとても気持ち良かった。



グランピング／羅臼町 知床野遊びフィールド

【評価点】

- 地元の方を含めて作り手の思いが明確に伝わり、目で見る以上の価値を感じることができた。
- ロケーション×snow peakのブランドの掛け合わせで、間違いなく唯一無二のデスティネーションになる。

【改善点】

- アクセスが不安。辿り着くまでの山道がハードル
- snow peakのウエアレンタルが欲しい。
→ 気に入ったら購入してくれる可能性大
- SNSでの発信強化 (Instagramでのハッシュタグは13件)

【ターゲットイメージ】

20～30代男女／アウトドア好き／キャンパー初心者
男女のグループ旅行(女子だけでは厳しい?)

【コンテンツで響くシーン】



クジラ・イルカ・バードウォッチングクルーズ／羅臼町 知床ネイチャークルーズ

【評価点】

- この土地ならではの生態に出会えるのは魅力的。
- これまで流氷に興味なかったが、今回をきっかけにまた訪れたいと思った。(四季で異なる景色を楽しめる)

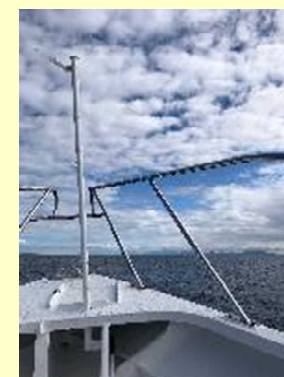
【改善点】

- イルカやクジラが見られなくても楽しめるコンテンツが欲しい。
- ガイドさんのお話(北方領土や歴史、旬の食など)が興味深かったので、そこを1つのコンテンツにするなど工夫が欲しい。

【ターゲットイメージ】

ご年配／旅行初心者／Z世代・大学生

【コンテンツで響くシーン】



カヌー／標津町 ポー川史跡自然公園

【評価点】

- 普段立ち入ることの出来ない場所をカヌーで行けるのは魅力的。
- 乗り場まで車で行け、気軽に参加できるのは良かった。

【改善点】

- カヌーを漕ぎながら、もう少しガイドさんのお話を聞きたかった。（歴史や天然記念物になった背景）
- 1時間程度のライトなコースも欲しい。
- 自然の中でのんびり過ごす時間があると、より良い。
→ 飲み物休憩や、瞑想の時間など、浸る時間

【ターゲットイメージ】

ご年配／アクティブ女子／カップル旅

【コンテンツで響くシーン】



ファットバイクツアー／中標津町 開陽台

【評価点】

- あの絶景の中で漕ぐ自転車は唯一無二！
- サイクリング途中でいただく軽食のチョイスも素晴らしい。
- バイクやヘルメット、BBQ器具のセンスも◎

【改善点】

- アクセス不安。
- ファットバイク40分＋ライトBBQ60分、説明なども合わせて120分くらいのアクティビティだとベスト。
- 「ファットバイク」の知名度が低いため、「サンセットサイクリング」のなどの方が伝わりやすい。

【ターゲットイメージ】

アウトドア初心者／アクティブ女子／カップル旅

【コンテンツで響くシーン】



花咲線／根室市 JR花咲線

【評価点】

- 車窓から見える景色は美しく、「最東端」というキャッチーなフレーズは引き寄せるポイントとなる。

【改善点】

- 走行中に絶景を眺めながらプラスαの体験が欲しい。
- ミレニアル世代には、鉄道だけを訴求するのは難しいので、駅のある場所を盛り上げることも重要

【ターゲットイメージ】

ご年配

【コンテンツで響くシーン】



ジャンボホタテバーガー作り／別海町

【評価点】

- ズバリ、美味しい！ホタテはもちろん、バンズも美味しかった。
- 自分で作る体験ができるのも◎

【改善点】

- バーガーとお店の雰囲気ギャップが大きい。バーガーは写真に撮りたいと思うが、テーブルの色味やお店の装飾が発信意欲を軽減させる。→ ロケーションの重要性
- テイクアウトして近くの牧場など自然を見ながら味わえるような提案や、スポットがあれば素晴らしい。

【ターゲットイメージ】

インスタ映え女子／カップル旅／グルメ

【コンテンツで響くシーン】



乗馬体験／中標津町 ムツゴロウ動物王国日だまり乗馬クラブ

【評価点】

- “ムツゴロウ”という唯一無二のブランドはすでに他と差別化されている。

【改善点】

- 施設内で体験できるコンテンツが他にも欲しい。(サウナ、カフェなど)
- サウナができれば、高単価なアクティビティができると思う。
- アクティビティ費用の中に、一部馬の食費に当たる、引退馬に募金される、ムツゴロウ敷地内の動物に役立つなど、エシカル消費に訴える文言があるとより良い。

【ターゲットイメージ】

アウトドア初心者／アクティブ女子／カップル旅／馬・動物好き

【コンテンツで響くシーン】



ジェラート／中標津町 ラ・レトリなかしべつ

【評価点】

- 女子が発信したくなるスポット
- 建物も清潔感があり、自然の中で味わえるテラス席があるのも◎

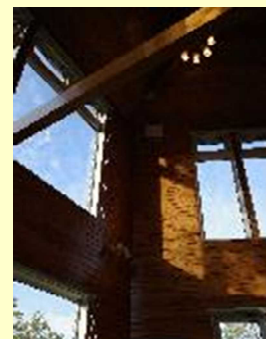
【改善点】

- SNSに映えるのに情報発信が出来ていない。(Instagram フォロワー39人)
- タグ付けを促す施策など、CGM(一般ユーザーが参加してコンテンツができていくメディア)を生み出す仕組みづくり。

【ターゲットイメージ】

女性全般／カフェ好き／インスタ映え女子

【コンテンツで響くシーン】



まとめ

- 見せ方の工夫が必要 → **すでにある魅力的なコンテンツを、共感と憧れを抱くような編集を**
- 良いコンテンツがあるのに「届いていない」→ **SNSの効果的に活用を**
- プラスアルファの差別化 → その土地でしか味わえないコンテンツは豊富だが、そこに**プラスアルファの要素を付け加えた明確な差別化が必要**

コンテンツ発信イメージ案 ～乗馬編～

<ブランディングイメージ>

<従来型>



コンテンツ発信イメージ案 ～キャンプ編～

<ブランディングイメージ>

<従来型>



—— **今すでにある魅力的なコンテンツを生かし、アウトドアってカッコいい！**

根室地域に行けば、“イケてるアウトドア”が初心者でも体験できる！

というイメージを定着させる。——

コンテンツには、センスのあるインフルエンサーが行っている、
ファッション性がある、手軽感があり敷居の低さを感じるものであり

“おしゃれなアウトドアが体験できる場所”

ミレニアル世代とインスタグラム

- ミレニアル世代の特徴は、物(モノ)より体験(コト)に価値を感じることであり、その意味において、体験という旅行との親和性は高い。
- 情報発信意欲が高く、「SNS上で共感者が増える＝トレンドを生み出す世代」であり、マスメディアではなく、SNSで意思決定をしている。
- 招請した専門家の主宰するコミュニティでは、100%がインスタグラムで旅行内容を決めており、ミレニアル世代にとって、インスタグラムは、情報収集に必要不可欠なツール

キーワードは“共感”

- ミレニアル世代はありのままの姿を好み、SNS上では他者の情報に共感したテーマについて共有し、拡散。
- 共感を生むコンテンツとは、人工的に作った“映えスポット”ではなく、自然に生まれるシーン
 - ・そこで自分も写真を撮りたいと思えるか
 - ・その場所に行かないと見られない非日常的な風景であるか
 - ・自分がその場所にいたら・・・、と具体的なシーンをイメージできるか

効果的なハッシュタグ

- インスタグラムで効果的に情報発信するには、ハッシュタグ(＃)を的確に活用
- ハッシュタグを投稿に付けることで、ユーザーは同じハッシュタグが付いている投稿をまとめて見ることができ、情報の深掘りに役立てるほか、同じキーワードでの趣味・関心の似たユーザー同士で話題の共有が可能になり、情報の拡散、好イメージの浸透等、効果的なマーケティングを後押しする。

#

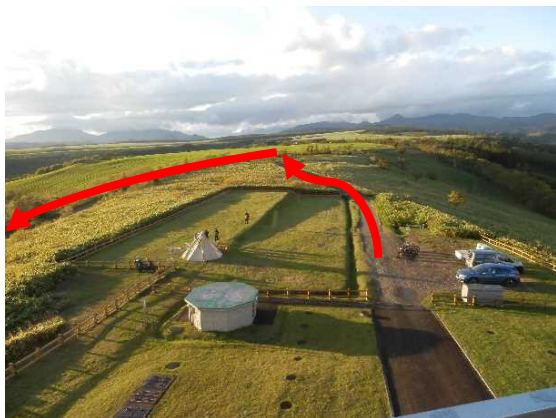
ミレニアル世代において、旅行選びの意思決定に大きく影響を与えているのはインスタグラムであり、ユーザーが自分ゴト化できるコンテンツである発信をすることが重要である。

観光地や施設の魅力は、当事者ではなく旅行者(第三者である一般旅行者や、インフルエンサー等)に的確な情報を提供し、その魅力を代弁してもらうことが有効である。

(参考) 景観を活かした観光コンテンツ

《サンセットサイクリング(中標津町)》 景観を活かした観光コンテンツを造成することで、地域の景観保護に繋がる。

ファムトリップ向けに作成した開陽台から夕日が望めるプログラム



全景・走行ルート



(出発)360度絶景を望める



絶景と夕日を眺めながらサイクリング



夕日を眺めながらクールダウン



地元特産のチーズを焚き火で

中標津町景観計画

概要版

景観計画とは、景観法に基づき良好な景観の保全・形成を図るため、区域や方針、行為の届出、景観まちづくりの推進など、景観行政を進めるための基本的な計画のことです。

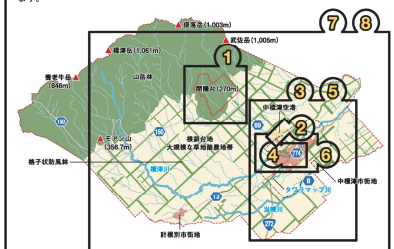
景観計画策定の目的

わたしたちの暮らしと中標津町は、豊かな自然と四季の変化に恵まれ、大規模な産業とコンパクトでにぎわいのある市街地が形成されています。中標津町の景観は先人達の開拓の歴史であり、わたしたちの日々の暮らしを映し出す景観は、取り壊いひとつで失われてしまう可能性がある貴重な財産です。

まちに誇りと愛着を持ち、自然を守り、うるおいのある生活空間をつくり、静と健やかな心を育て、中標津町の風土に調和した良好な景観を形成し後世に引き継ぐため、平成8年に制定した中標津町景観条例の理念を継承しつつ、「町民」「活動団体」「事業者」「行政」との協働による景観まちづくりの取り組みを推進するために本計画を策定しました。

景観計画の対象区域は行政区域全域です

中標津町の良好な景観の形成を行うため、地域の特徴を踏まえた「8つの景観形成区域」を定めます。



1 開陽台周辺区域

※景観形成重点区域：景観計画区域のうち景観形成において特に重要な区域を指定



「地球が丸く見える」開陽台の「景勝地」としての価値を高める景観形成を図ります。

考慮する点

建築物等の位置・高さなどが周辺景観と調和し、酪農景観等への眺望が確保されている。 など