

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

① 島田市

■ 伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	島田市観光文化部観光課
主な協力団体・事業者等関係者	□ (一社) 島田市観光協会(候補DMO)
取組みの背景	<ul style="list-style-type: none">・市内の宿泊施設が少なく、日帰り客が多い。宿泊してもらい消費単価を上げたい。・毎年大規模イベントを開催しているが、イベント(大井川大花火大会、しまだ大井川マラソンinリバティ等)がどれだけ経済効果をもたらしているか、他施設への周遊につながっているのか等、効果の検証が十分にできていなかった。イベント時に実施している来訪客調査に加え、人流データや宿泊データも活用し、市の来訪者動向を把握し、今後の誘客や消費額の拡大に向けて施策・取組みの検討や改善に活用したい。
伴走支援テーマ	<ul style="list-style-type: none">□ PFデータ(宿泊・人流)簡易分析による長期・短期の観光動向把握□ 花火大会・マラソン大会期間の宿泊・人流動向把握□ 今後の消費額拡大に向けた取組みの検討・アドバイス

■ 成果

内容

- ✓ 市内での消費を拡大するという観点で、データPFで人流の変化を捉えながら、来訪者アンケート等の結果を掛け合わせて見ていくことで、気づきがある(例: イベント時人流増・消費機会損失)
- ✓ さらに、関係者が持っている知見を組み合わせることで、新たな課題やその解決のヒントや方向性が見えることがある(例: 伴走支援、外からの視点、観光協会の視点)
- ✓ 周遊させるだけではなく、来ている客に消費してもらう仕掛けやポイントを作りに行く(例: 花火大会栈敷席、出店、キッチンカー)など

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

②熱海市

■伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	熱海市観光建設部観光経済課
主な協力団体・事業者等関係者	一般社団法人熱海市観光協会(観光案内所)
取組みの背景	・熱海市観光基本計画2021-熱海市の観光ビジョン-を策定するも、コロナを経て戦略やKGI/KPIの修正が必要。 ・人手不足のため繁閑差を埋める必要性(ビジネス、インバウンド) ・宿泊者属性の把握(特にリピーター)
伴走支援テーマ	・PFデータを併用しながら、独自の地域コアデータ(経年アンケート取得、案内所データ)、国の基幹統計やRESAS等オープンビッグデータ、訪日アプリGPSデータを試用、掛け合わせることで、今後のマーケティング戦略、KPI対応施策のデータドリブンによる高度化、根拠づくり

■成果

内容

- ・実際にデータ分析PFを使用したことで、人流データ処理構造には限界(データの癖)があることがわかった。これを踏まえて有効活用すれば、来訪者と回遊の解像度を上げられると感じた。
- ・観光案内所のデータはアナログなデータの取り方ではあるが、他のデータと比較して見ていくとデジタルでは取れない貴重なデータだということが分かった。(スタッフの負担も加味してできる範囲で工夫していく)
- ・人流データから得られた違和感を別データ(国勢調査)からも見ることにより、市外から(主に神奈川県)の通勤通学者が多く存在したことがわかった。RESASのようなオープンデータにも意外なデータが格納されていることに気が付いた。

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

③御殿場市

■伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	御殿場市観光交流課
主な協力団体・事業者等関係者	一般社団法人御殿場市観光協会（観光地域づくり協議会）
取組みの背景	<ul style="list-style-type: none">・御殿場市観光戦略プラン（期間 R4～R7年度）を策定・現状 交通と立地特性が誘客に活かせていない・課題①観光客の一極集中（場所と週末への偏り）と短い滞在時間・課題②市内資源を生かした体験や製品の不足・上記課題を踏まえ、「御殿場温泉・サウナ天国めぐり」を一つの突破口とし、新規来訪者層の喚起と消費機会の成果を可視化し、効果分析
伴走支援テーマ	<ul style="list-style-type: none">・現状把握 PFデータ（宿泊・人流）簡易分析による観光動向把握 温泉・サウナ施設に関する顧客内部データ（クチコミ）・新たな視点 産業構造・経済循環データ、通勤者データ

■成果

内容

- ✓ 宿泊や人流だけでなく、産業連関表などの複数のデータも含めた多角的な視点でデータを見ることで、市への来訪者の消費が地元波及していない可能性があることがわかった
- ✓ 観光分野のデータだけでなく、産業全体のデータから御殿場市という自治体と観光の立ち位置を見ることで、新たな気づきや施策のアイデアに繋がる可能性があることがわかった
- ✓ 毎月プラットフォームで分析をすることで、現状・振り返り・今後の流れを考える習慣が大切だと気が付いた

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

④下田市

■伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	下田市
主な協力団体	□ (一社) 下田市観光協会
取組みの背景	市の事業についてデータを用いた効果検証が求められるようになってきたため、まずは静岡県データ分析PFを活用してデータの使い方やどのようなことが分かるのか探り、慣れていくため
伴走支援テーマ	□ 宿泊・人流データから見えることの把握 □ 宿泊施設へのヒアリングを通じて、データと現実の違いの把握 □ あじさい祭期間中の宿泊客の増加を図るためのアドバイス

■成果

内容
✓ あじさい祭の期間は来訪者とともに宿泊者も多いと想像していたが、データから見ることで宿泊者数が伸びていないことがわかった
✓ データを資料として見ていただきながら宿泊施設からの声を聞くと、あじさい祭が宿泊にあまりつながっていないことがわかった
✓ 宿泊施設の声から、県内でのイベント認知度は高そうであるが、宿泊につながる首都圏・遠方からの来訪者が少ないことがわかった

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

⑤袋井市

■伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	袋井市 産業部 商業観光課 商業観光室
主な協力団体・事業者等関係者	・法多山尊永寺 ・秋葉総本殿可睡斎 ・医王山油山寺 ・袋井観光センター
取組みの背景	・主要な観光資源として、法多山、可睡斎、油山寺の「遠州三山」があるが、多くが日帰り客であり、市内滞在時間が短く、観光消費額の向上が課題。 ・令和7年度の観光基本計画策定に向け、令和6年度中に法多山、可睡斎、油山寺で400人程度のアンケート調査の実施を予定する中、市内観光の現在の動向や課題を、静岡県データ分析プラットフォーム(PF)を活用して事前に把握し、より効果的なアンケート設計につなげる。
伴走支援テーマ	<input type="checkbox"/> PFデータを活用した遠州三山の人流分析 <input type="checkbox"/> PFデータから見える仮説づくり <input type="checkbox"/> 事業者ヒアリングによる仮説検証と今後の取り組みの検討

■成果

- ✓ 市内の主要観光資源である遠州三山への観光客の多くが、「道の駅掛川」をはじめとする市外商業施設に立ち寄っており、市内において消費を伴う周遊となっていないことが今回のPFからデータを見ることにより明確に裏付けられた。
- ✓ 市内での周遊・消費額拡大に向けて、観光客のニーズに合った消費を喚起する拠点が必要であることを認識。
- ✓ 遠州三山や観光関連事業者へのヒアリングを通じて、県外客に向けた市内周遊を促進する連携(情報発信・イベント)に意欲的であるため、誘客の柱である遠州三山を起点とした消費を伴う周遊の仕掛け検討の必要性を強く認識。

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

⑥ 焼津市

■ 伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	焼津市(経済部商工観光課)
主な協力団体・事業者等関係者	□ 焼津市観光協会
取組みの背景	<ul style="list-style-type: none">・焼津=食のイメージはあり、魅力もあるが観光地として認識されておらず、2021年に立ち上げた「meets!ヤイツ」(体験プログラム予約サイト)も未だ認知・利用が少ない。・海鮮グルメを提供する飲食店は多数あるものの、港町にきた感があまりない。・団体旅行は減少傾向にあり、観光関連施設もターゲットを団体から個人にシフトしてきているところが多い。・量から質への転換に向けて、宿泊・消費単価を把握し指標として活用していきたいが、どう考えれば良いのかが分からない。・これらの諸課題の解決に向け、着手の手がかりを見つけたい。
伴走支援テーマ	<ul style="list-style-type: none">□ PFデータ(宿泊・人流)簡易分析による長期・短期の観光動向把握□ 観光アンケートの実施・分析支援□ 今後の消費額拡大に向けた取組みの検討・アドバイス

■ 成果

内容	
✓	これまで本市独自の調査等は実施しておらずデータを取ってこなかったが、コンサルタントの話から消費動向に着目して観光アンケート調査を実施したところ、日帰り客と宿泊客で予算・支出が大きく違うことがわかり、それぞれに見合った誘客・消費拡大の施策を検討する必要があると感じた。
✓	未だ認知・来訪数の乖離が大きく、滞在時間から想像するに市内での周遊や消費行動はあまり行われていないことがわかった。体験プログラムの認知度・利用者の割合も低い。
✓	来訪者の目的の多くが海産物であると予想していた中で、日帰りの多くを占める県内客は明確に海産物を目的にしていることが観光アンケートからも分かったが、宿泊客はそれ以外にも支出をしており、観光資源の魅力向上・高付加価値化による新たな可能性に気が付いた。
✓	来訪者数が多いさかなセンターで気軽に参加できる焼津ならではの体験を提供することで滞在時間延伸や消費額の拡大が期待できる。

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

⑦ 菊川市

■ 伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	菊川市商工観光課
主な協力団体	□ 菊川市観光協会
取組みの背景	<p>・これまでの菊川市の観光振興は、イベントや観光施設管理が中心であり、観光協会を核に事業者が連携し、誘客・受入に取り組むことができておらず、観光関連のデータ収集や活用もできていなかったため、市の観光の現状を把握したり、データの活用方法を学んだりして、周遊・消費拡大につながるアクションをしたい。</p> <p>・昨年度の本事業の伴走支援で、データ分析や、観光アンケート調査、事業者ヒアリングを通じて、事業のターゲット設定や課題（観光情報発信や飲食・買い物の消費）の把握をすることができた。</p> <p>・今年度は観光協会WEBサイトでの情報発信強化やレンタサイクル事業を実施した。レンタサイクル利用者のアンケートを実施・分析することで、利用者の満足度向上や、さらなる利用促進など今後の施策検討に活かしたい。</p>
伴走支援テーマ	<ul style="list-style-type: none">□ レンタサイクル利用者の動態・ニーズ把握（アンケート設計・集計・分析）□ 観光協会会員の観光振興への意識醸成（セミナー）※3月実施□ 今後の取組みの検討・アドバイス

■ 成果

内容
<ul style="list-style-type: none">✓ 取得したデータを、伴走支援としてデータの分析をサポートしてもらうことによって、データが示す地域特有の課題などを整理することができ、今後の事業の方向性や取り組み内容の決定につながった。✓ レンタサイクル事業について、一定の需要と周遊・消費拡大の効果を確認できた。✓ 現状レンタサイクル利用者は県内容が多い。当初、近隣市でのイベントに参加した宿泊客をターゲット層として想定していた部分もあったが、今後の事業推進上、新たに戦略を検討する必要がある。✓ 今後市内でやってみたいこととして最も高いニーズがある「自然の豊かさやすばらしさを感じる」ことについて、現状では誘客・消費につながるスポットがないことをあらためて認識した。実際にレンタサイクル利用者の多くは飲食店・小売店への訪問が多い。

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

⑧ 藤枝市

■ 伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	藤枝市役所 スポーツ文化観光部 観光交流政策課 観光政策係
主な協力団体・事業者等関係者	<input type="checkbox"/> 藤枝市観光協会 <input type="checkbox"/> 公益財団法人するが企画観光局
取組みの背景	令和4年度の本事業における伴走支援においても課題提起されていた、サッカー「藤枝MYFCのJ2昇格」に伴う市内消費額拡大に向けた取組みを進めている。令和5年度は日本初「御城印・御蹴印プロジェクト」、「観戦者への宿泊費助成」、「MYFC、地元商店街と連携した「商店街藤色プロジェクト(観戦チケット提示による割引)」」「瀬戸谷温泉ゆらくの入浴券付き駐車場」などの取組みを実施。今後のさらなる消費拡大に向け、アンケートから、サッカー観戦者の属性や訪問先、消費動向を深掘りのため、伴走支援を希望した。
伴走支援テーマ	<input type="checkbox"/> PFデータを活用した藤枝市観光動向の簡易分析(宿泊・人流) <input type="checkbox"/> スポ泊アンケート設計・分析に関するアドバイス <input type="checkbox"/> 今後の取組みの検討・アドバイス

■ 成果

内容

- ✓ サッカー観戦前後では、どこにも行っていない回答が多数だが、原因を深堀する必要。
- ✓ 市内での周遊促進・消費額拡大に向けて、観光客のニーズに合った**情報発信が必要**であることを認識。
- ✓ 消費の予実ギャップ調査により、土産品の課題も明確となった。
- ✓ R4年度の専門家による伴走支援で課題や取り組むべき方向が明確に。R5年度は分析結果やアンケート設計、今後の方向性について支援頂き、R6年度の施策へ繋がった。

(5) 観光マーケティングコンサルタントによる市町への伴走支援

⑨ 東伊豆町

■ 伴走支援概要

項目	内容
取組みの主体	東伊豆町観光協会
主な協力団体・事業者等 関係者	□ 東伊豆町役場 観光産業課
取組みの背景	観光地として確立された地域ではあるが、温泉地域ごとに独自の動きをしてきたため、東伊豆町という面での取り組みを強化していくための変革の時期にあり、データという定量的な結果からそれぞれの地域を連携させる仕組みを作っていくたい。
伴走支援テーマ	□ 継続的にデータを取得するための仕組みづくり □ アンケートの設問検討

■ 成果

内容

- ✓ 観光アンケートから、予定消費額と実消費額の乖離があり、機会損失を起こしていることがわかり、継続的にアンケートを取ってより正確に実態を把握していくための仕組みが出来上がった
- ✓ 宿泊施設や飲食店、観光入場施設などの地域の観光事業者にデータの有効性を説明し、理解を促す中でアンケート集約に協力いただける体制が出来た