

地域の観光資源活用支援

人口減少が進む日本の切り札として、
交流人口の拡大と地域経済の活性化を支援する



お問合せ



東京本社：03-5371-6908 大阪支社：06-6266-1384



yriseg@yano.co.jp

 株式会社 矢野経済研究所
事業創造コンサルティンググループ

はじめに

現在、日本が直面する人口減少・高齢化という大きな課題に対し、各地域がそれぞれの特徴を活かした自律的で持続的な社会を創生するための取組が行われています。

観光政策は、そうした地方創生の重要な手段の一つとして位置づけられ、国是として観光施策が積極的に行われている中で、日本の各地域においても交流人口の拡大に向けた施策を講じ、地域経済の好循環を創出することで、持続可能な都市としてのプレゼンスを築いていくことが求められています。

矢野経済研究所では、長年市場調査を行う中で培ってきた業界知見や、調査・コンサルティングノウハウ等をベースに、観光振興施策実施のための計画策定から、実行、評価、改善に至るまで、ハンズオンでの支援が可能になります。

このような支援を通じて、各自治体様における実践的な観光計画の策定～実行をサポートします。

本支援業務を
ご利用される方の想定

地方創生・観光関連事業を
行っている、公的機関のご担
当者



支援業務の概要

観光振興施策実施のための初期の計画段階から、実行、評価、改善に至るまで、各フェーズにおけるハンズオン支援が可能です。

なお、支援の形態としては、クライアントが抱える個別の課題に即した支援策の実施が可能です。
(「STEP1のみ実施する」、「STEP2～4.までを実施する」といったようなカスタマイズが可能です)



STEP 1

観光振興計画・戦略・ビジョンの策定

Ex)

- ◆ 個別に抱える課題に関する調査
- ◆ これまでの計画における評価

PLAN
計画

STEP 2

計画を踏まえた各種施策の実行

Ex)

- ◆ モニターツアー調査
- ◆ ウェビナー開催

※他の観光関連事業者とも連携し、効果的な支援策を提案・実行

DO
実行

STEP 4

評価分析による改善策提案

Ex)

- ◆ アンケートやインタビューにより把握した定量・定性データに加え、弊社が発刊する市場調査レポートを始めとした既存文献などの情報をもとに、改善策として提案

ACT
改善

STEP 3

実行した施策の評価

Ex)

- ◆ モニターツアー参加者へのデプスインタビュー
- ◆ ウェビナー参加者へのアンケート調査

CHECK
評価

これまでの主な支援実績

	委託元	事業名称※	年度
1	公益財団法人 東京観光財団	令和3年度 マーケティングを活用した 事業計画策定支援事業「豊島区の消費促進に向けた観光資源発掘による 回遊性向上のための調査と事業計画策定事業」業務委託	2021～ 2022年度
2	同上	令和3年度 外国人富裕層向け島しょ 地域コンテンツ販売促進事業業務委託	2021年度
3	一般社団法人 中央日本総合観光機構	令和3年度 広域周遊観光促進のための観光地域支援 「北陸・飛騨・信州3つ星街道における英国プロモーション事業」	2021年度
4	那智勝浦町	那智勝浦町観光推進体制構築支援業務	2019年度
5	公益財団法人 北海道観光振興機構	日本版DMO形成促進事業（地域DMO人材育成事業）	2019年度

※同一事業を継続して受託している場合で、事業名称が途中で変更となっている場合は、最新の事業名称を記載

地域の観光資源活用支援

支援業務フロー例 1

STEP 1

観光振興計画・戦略・
ビジョンの策定

STEP 2

計画を踏まえた
各種施策の実行

STEP 3

実行した
施策の評価

STEP 4

評価分析による
改善策提案

以下は、観光振興計画策定の支援業務の流れの一例です。

課題認識

- ◆ 既存の計画やこれまでの施策の実行状況、クライアントインタビューなどにより、現状の課題認識を共有します。

初期仮説の構築

- ◆ これまで抱えてきた課題について、既存の計画やこれまでの施策の実行状況などの二次データより把握し、課題改善に向けて必要となる施策の検討を行い、初期仮説の構築を行います。

START
1



2



3



GOAL
4



実査

- ◆ 仮説を検証するための調査を行います。調査内容や調査方法は、仮説検証に最適と思われる内容や方法を検討します。（以下、調査方法の例）

① 一般消費者への興味度調査

地域外の一般消費者から、その地域がどのようなイメージを持たれているのか、また、どのようなことに興味があるのかを探り、今後の施策のヒントを得るための調査を実施します。

② 現地の観光関連事業者や地域住民へのアンケート・ヒアリング調査

地域内の観光分野におけるステークホルダーへの各種調査を実施し、左記調査による地域外の目線とも対比しながら、これまでの施策における改善点や今後の方針を探るための調査を実施します。

計画策定

- ◆ 各調査の結果を分析し、実践的な観光振興計画を策定します。

支援業務フロー例 2

STEP 1

観光振興計画・戦略・
ビジョンの策定

STEP 2

計画を踏まえた
各種施策の実行

STEP 3

実行した
施策の評価

STEP 4

評価分析による
改善策提案

以下は施策の実行・評価・改善策提案に係る支援業務の流れの一例です。モニターツアーによる調査を例示として取り上げます。

課題認識

- ◆ 既存の計画やこれまでの施策の実行状況、クライアントインタビューなどにより、現状の課題認識を共有します。
- ◆ またSTEP1.による計画が存在していれば、それによる仮説や方針を整理・共有します。

ターゲットとする市場・モニターの選定 ／ツアー行程の調整

- ◆ ターゲットとなる市場・モニターに関しては、例えば商品化の可能性を探るのであればトラベルデザイナーやDMCなどを選定する必要があるなど、目的により様々であるので、クライアントへのヒアリングを通して最適な市場やモニターを選定します。
- ◆ また、選定した市場・モニターに対して、訴求し得る地域内の観光資源を洗い出し、ツアー行程として設計します。

START
1



2



3



GOAL
4



モニターツアー実施による調査

- ◆ モニターツアーを評価するための調査を実施します。調査内容や調査方法は、仮説検証に最適と思われる内容や方法を検討します。（以下、調査方法の例）

① モニターの観察調査

ツアー中のモニターの様子を観察します。右記②③の際のイメージを醸成させることにも寄与します。

② 事前・事後アンケート調査

ツアーの事前と事後にアンケートを行い、比較することで、旅マエのPRが不足しているのか、地域の観光としての魅力が不足しているのかなどの分析に活用します。

③ デプスインタビュー調査

より詳しい意見を聞くことで、具体的な解決策や施策の検討に活用します。

課題の把握と 解決策の提言

- ◆ 全体のまとめとして総合的な分析を行い、そこから見えてくる解決策について提言します。

本業務を利用する事による貴社・貴団体の利点

より実践的な観光振興計画を策定するためには、市場ニーズの把握が不可欠です。市場ニーズを把握せず、計画を策定しても、机上の空論に終わってしまう可能性もあります。

市場ニーズを把握するためには、市場調査の実施が必要となります。しかし、市場調査の実施といっても、単に消費者の声を聞くだけでは十分とは言えません。市場調査には論理的な進め方があり、例えば次のような正しいプロセスで実施しないと誤った結果を導く可能性もあります。



1 課題の認識

2 課題解決仮説の構築

3 仮説を検証するための実査（市場調査の実施）

4 実査の結果を踏まえた、仮説の見直し（場合によっては再調査の実施）

5 仮説の見直しを踏まえた、観光振興計画の策定、修正

矢野経済研究所は、創業以来、市場調査を60年以上にわたって主力事業としており、あらゆる産業において高い調査ノウハウと、豊富な業界知見を有しております。また、観光業においても多くの実績を有しています。

当社では、このような豊富な業界知見や市場調査のノウハウをベースに、机上の空論ではない、より実践的な観光振興計画の策定～実行を支援します。