

観光マーケットリサーチ経費について

観光政策課

1. 事業概要

多様化・個別化する旅行者ニーズに応じた観光施策を展開していくため、旅行者の志向や動向に関する各種データの調査、分析に基づく観光施策の基本的な指針として、「(仮称)観光マーケティング戦略」を策定することとしていた。

しかしながら、新型コロナウイルスの影響により観光市場や旅行者のニーズ、志向は通常と異なる形態を見せており、現時点で中長期的な「戦略」を策定することが難しいことから、感染状況が落ち着いた観光需要の回復期に調査・分析を実施のうえ、「戦略」の策定を予定している。

本事業では、国内旅行者の滞在情報や外国人旅行者のニーズ、志向情報等の調査・分析により、コロナ禍における旅行者の行動や意識変容を捉え、今後の需要回復期を見据えた施策に活かすほか、コロナ収束後の戦略策定にも寄与するもの。

(1) 国内旅行者の滞在情報データ分析 【予算額5,500千円】

本市に滞在する国内旅行者について、GPSなどの携帯電話の位置情報などのデータを活用し、観光地ごとの来訪者数、来訪者の属性やリピーターの割合などを分析することにより、本市での滞在や観光施設への来訪に関する実態を把握する。

(2) 外国人旅行者の志向情報分析 【予算額4,500千円】

コロナ禍において実施するデジタルプロモーションや受入環境整備等の需要回復期に向けた施策の精度を高めるため、外国人旅行者が利用するSNS等のビッグデータから、観光スポット等の本市にある観光コンテンツに対する評価や興味・関心などの志向情報を調査・分析する。

※現在、中国、香港、台湾の調査を進めており、令和4(2022)年3月に完了予定

令和4(2022)年度は、タイ、マレーシア、シンガポールの3か国を調査予定

2. スケジュール (予定)

	4月			5月			6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月			3月		
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下
(1) 国内観光客の滞在情報データ分析	事業者選定						事業実施																													
(2) インバウンド観光客の志向情報分析	事業者選定						調査分析									テストマーケティング									報告書作成											