

3県観光「稼ぐ力」磨く



北陸で観光庁の日本版DMO候補法人に登録された組織が、マーケティングへ動き出した。富山県のとやま観光推進機構は10月、県内宿泊者を対象にしたウェブアンケートを開始。福井県小浜市のまちづくり小浜はターゲットを明確にしたモニターツアーに取り組み。旅行客の行動属性や消費動向を分析し、新たな旅行商品や土産物の開発など誘客の戦略を練る。

戦略担うDMO始動

富山と福井でそれぞれ1組織が登録している。富山県立大学と連携し、ICT(情報通信技術)を使って旅行者の行動属性や消費動向などのデータを構築する。取り組みを10月始めた。

自ら市場調査

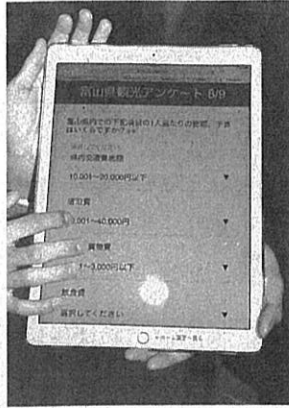
DMOの大きな特徴は自ら市場調査を行い、データ収集と分析を行うこと。取り組みを10月始めた。

IT武器に旅行客分析

京都・滋賀のシニアに的

県内の宿泊施設約60カ所にアンケートサイトに飛ぶQRコードを載せたカードを設置。訪れた観光地やルート、お金を使った場所や金額などの質

問に答えてもらい、回答者には抽選で県の特産品を贈る仕組みだ。1カ月半で約4300人のデータが集まった。年内にも分析を始め、来年度予算に政策を盛り込みたい考え。全地球測位システム(GPS)や近距離無線装置(ビーコン)を活用し、スマートフォン(スマホ)と連動してアンケート結果を紐付けて分析も検討中だ。一方、ターゲットを明確にしたマーケティングに取り組みるのは、小浜市「昭和の海水浴ブーム」が再訪した客が魚を食べに再訪している」と分析。質の高い食と日本遺産に登録された「鯖(さば)街道」を武器に、さらなる開拓の余地がある。旅行会社と連携。そこで市が10月11日に行った京都駅発のモニターツアーの際、同社は旅行会社と連携してオンラインツアーを実施。3種類のモデルプランを提案して人気スポットを把握したり、道の駅の割引券をつけて消費動向を調査したりした。9月には滋賀でフリーペーパーと連携し、グループインタビューを行った。さらに将来を見据え、「京都滞在中の訪日客」の開拓を狙う。来年1月には外国人を対象にした京都発のモニターツアーを旅行会社と連携して実施。「外国人は京都での滞在日数が長く、地方への小旅行の需要は大きい」と(同社)とみる。



とやま観光推進機構は宿泊施設の観光客にウェブアンケートを実施

DMOとは「ディスプレイの略。観光に経営の視点イネーション・マネジメを導入し、地域の「稼ぐ力」を導き出す狙いだ。北陸では石川で2組織、

北陸の日本版DMOがマーケティングに動き始めた

組織名	始めた取り組み
とやま観光推進機構	大学と連携し、県内宿泊客を対象にウェブアンケート。行動属性と消費動向のデータベース構築
金沢市観光協会	金沢駅や観光地で外国人を対象にアンケート。例として通訳案内士の養成講座で受け入れ整備も
こまつ観光ネットワーク	空港内のアンテナショップで外国人観光客を受け入れ、観光客にアンケート
まちづくり小浜	「京都と滋賀のシニア層」に的を絞る。京都滞在中の訪日客にモニターツアー



まちづくり小浜は「食」と「鯖街道」を武器に、京都と滋賀のシニア層を開拓する(道の駅若狭おぼま)

繊維関連にIoT促す

福井県、実験用織機を導入

福井県は県内の繊維関係の実験用織機や情報を一に伝えるためのネットワークを構築する。県内企業が同様の織機

すくなる。同時に織機の不具合発生時にもセンサーは改善などの指示を出しやすくなる。県は11年、福井大学繊維メーカーなど18社で構成するe-テキスタイルの研究会を立ち上げ、

新幹線 米原ルート試算 「国と条件に違い」

滋賀 知事 賀反

滋賀県の三日月大造知事は28日の定例記者会見で、北陸新幹線の大阪延伸ルートの試算結果について、候補3ルート間の間に違いが出たのは前提条件に相違があったためだとの見解を示した。ただ、候補3ルート

「国と条件に違い」 滋賀 知事 賀反