

インバウンドを想定した コンテンツとターゲット層の検討



Japan.
Endless
Discovery.

2017年11月21日

株式会社JTB総合研究所
吉口 克利

ワークショップのゴールイメージ

- 👉 **インバウンドにおける延岡（宮崎県北）のポジショニング課題意識の共有**
 - 👉 **ターゲット層とコンテンツの明確化／延岡のコンテンツの再考**
 - 👉 **効果的なプロモーション手法の理解&共有**
 - 👉 **延岡におけるインバウンドプロモーションの方向性の確認**
-

ワークショップのゴールイメージ

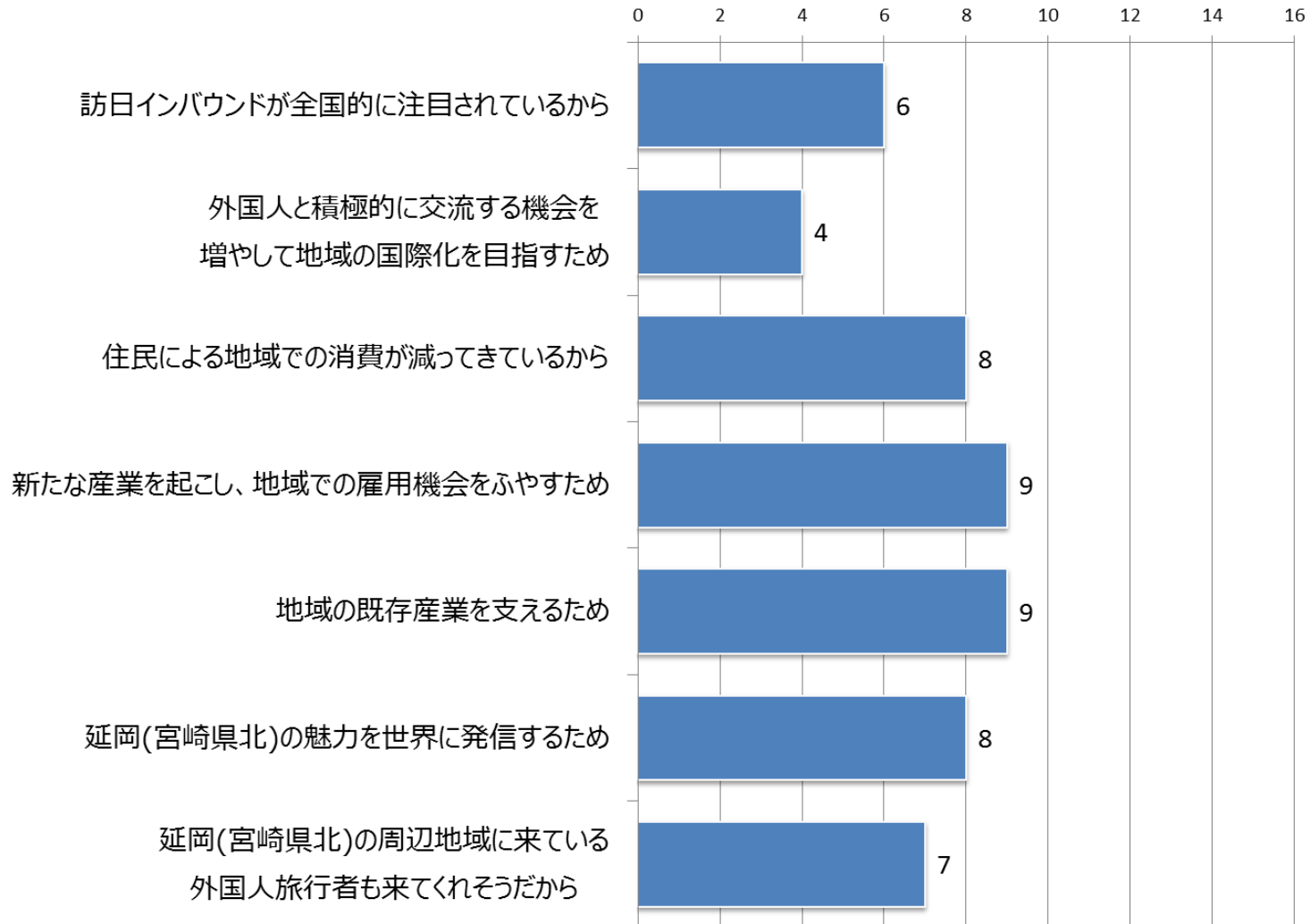
本日は、基本的に「延岡市」のインバウンドについて考えます。

その上で、近隣の市町村とどうやって連携し
どのようにすればWin-Winの関係になるのかを
皆さんで考えていきましょう



事前アンケート

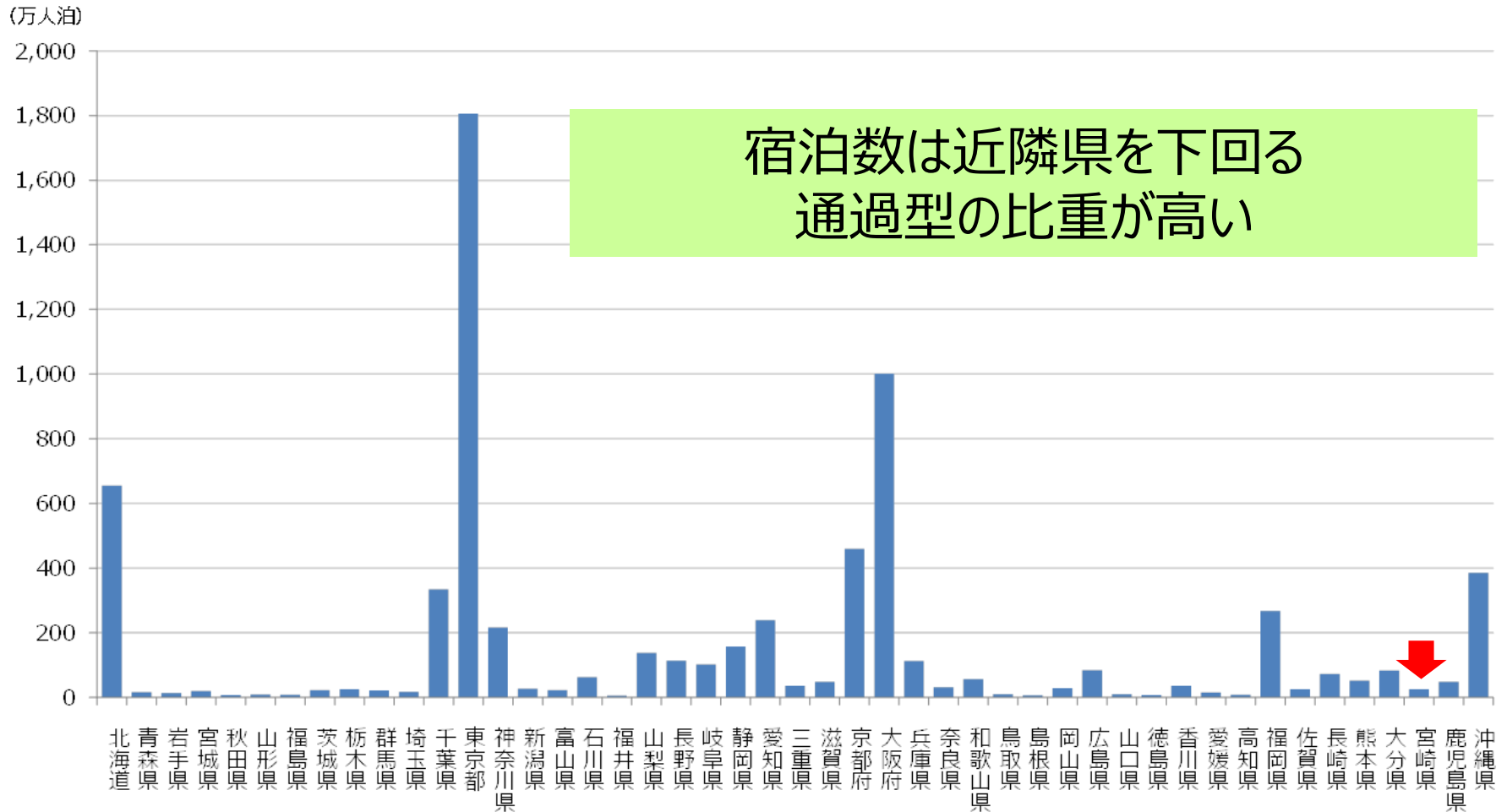
延岡（宮崎県北）でインバウンド誘致に取り組む理由



事前アンケート（期待／課題）

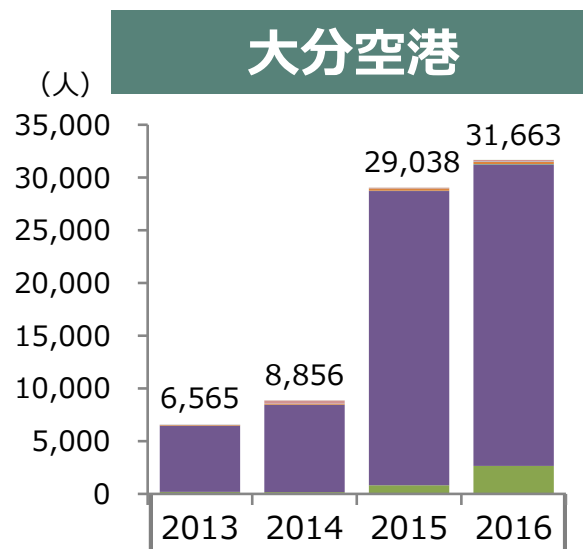
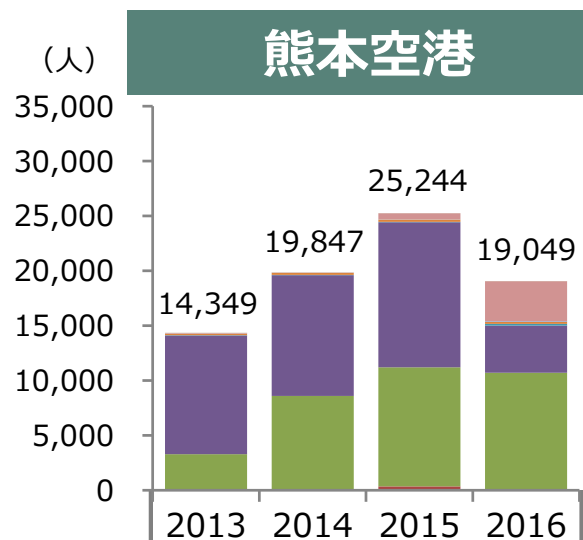
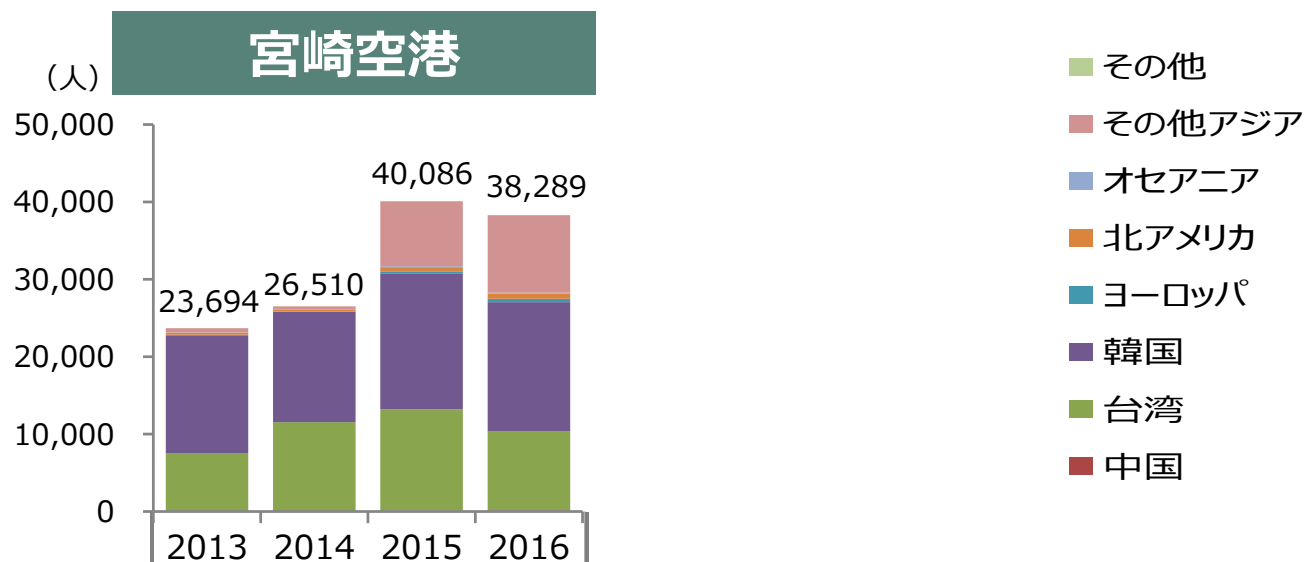
- 日豊海岸国定公園や内陸山間部の魅力、そして県北に息づく伝統文化、日本の暮らしを外国人客にもっと知らしめたい。また地域に分布する世界的先端企業などの視察等も勧めたい。
- 期待：住民の意識変革・地元産業への波及・経済効果 不安：言語・会話・案内方法・標識・交通手段・治安・宿泊所
- 高千穂・大分・宮崎県南部を結ぶハブ。素材開発や広域連携でのキャンペーンの実施等観光振興の取り組みも近年活発に行っており、伸びしろも十分にあると思われる。
- 誘致するにも、外国語表示（道路や観光地、店舗の内容表示）、二次交通等が遅れている。インバウンドに力を入れるなら、並行してその整備が急務。
- 地元の外国人旅行者受け入れに対する意識の醸成
- 地域住民の理解をいただいくことが必要。外国人旅行者が来ることにより身の回りの環境の変化が少なからずある。
- 言葉の壁によりコミュニケーションが取れるか。

県別外国人宿泊数



データ出典：観光庁「宿泊旅行統計」2016年 延宿泊者数(1人が2泊した場合2人とカウント)

空港別 国・地域別出国者数



延岡(宮崎県北)の強み・弱み

強み

- 外国人客の集客が見込める潜在的な資源がある
(欧米ニーズに対応するコンテンツの存在等)
- FITリピーターが増えており、ローカルエリアの潜在性に対するニーズが上がっている。

弱み

- 宮崎県の外国人宿泊客が少ない(通過客の比重が高い)
- 周辺エリアでは集客ができているスポットもあるが、そこからの誘客ができていない

ターゲットを考える

今、延岡(宮崎県北)を訪れている
訪日外国人はどんな人達でしょうか？

それらの訪日外国人はどうやって
延岡(宮崎県北)までやってきたと思いますか？

ターゲットを考える

- ✓ 国籍を知ることがなぜ重要か？
- ✓ 団体ツアー客か個人旅行客かによって何が変わるか？
- ✓ 同行者からどんなことが分かるか？
- ✓ 交通手段や宿泊地、入国空港が分かると何ができる？

観光資源を考える

目的は「延岡(宮崎県北)」を知ってもらうこと・売ること

✓ 訪日外国人をひきつける力のある素材は何でしょうか？

<延岡(宮崎県北)の訪日外国人向け観光資源 候補>

訪日外国人が滞在中に行っている主な活動		観光資源
参加率が高く訪日外国人の多くに体験の機会がある		
一般型	日本の食や酒	延岡市ブランド (チキン南蛮、地鶏、鮎等) 延岡三蔵
	ショッピング	道の駅・観光物産ステーション
	繁華街のまち歩き	神話街道・祇園町
	温泉入浴	祝子川温泉
参加率が低く目的意識を持って体験ができる場所へ行く必要がある		
目的型	美術館や博物館見学	西郷隆盛宿陣跡資料館
	伝統文化の体験や舞台鑑賞	神話巡り
	日本人の生活や現代文化の体験	
	季節を感じる体験(花見・紅葉・雪など)	ジオパーク、ユネスコエコパーク、高千穂
	スポーツ(サイクリング、マラソン等)	マリンスポーツ、リバーカヌー
	自然の中で行う活動(ハイキング等)	ウォーキング・トレッキング、鮎釣り
	ロケ地やドラマやアニメの舞台の地を訪問	西郷隆盛(西郷どん)
テーマパークや遊園地	ひむか遊パークうみウララ	

延岡(宮崎県北)のターゲット候補

ターゲット候補①

台湾 四季の景観を楽しむ 40～50代女性

同行者	家族 + 親族(時には10人を超えるようなグループとなる)
旅行形態	個人旅行 (電車、路線バス、タクシーなど公共交通利用)
日本の訪問経験	日本には何度か来ている人が多い
日本の滞在期間	6日前後
関心事	季節を感じる体験、花や美しい風景を楽しむことが好き。 観光する対象は事前に入念に調べてくる。 = 関心のあるものの例 = 日本人の間で人気の生活用品 (ドライヤー等)、日本ブランドの商品 (高級バック、高級化粧品)、高級お菓子 (洋菓子、焼き菓子)。子育て世代においては日本の育児用品。
前泊地	大分

延岡(宮崎県北)のターゲット候補

ターゲット候補②

香港 癒しと新たな体験を求める 30代～40代の独身女性

同行者	少人数の友人同士
旅行形態	個人旅行（電車、路線バス、タクシーなど公共交通利用）
日本の訪問経験	繰り返し訪日しているリピーターが多く日本には詳しい場合が多い
日本の滞在期間	5日前後
関心事	日本に求めるものは癒しやリラックス。 花や美しい風景、和を体感できる宿での滞在、動物とのふれあい、 旅情ある鉄道での旅などに関心がある。 ＝ 関心のあるものの例 ＝ 日本人でもあまり知らない秘湯や友人があまり体験したことのない ことを見つけて体験し、SNSで拡散することも好き。日本人に人気の のアパレル、お菓子、化粧品。
前泊地	宮崎

延岡(宮崎県北)のターゲット候補

ターゲット候補③ アメリカ(欧米) 新たな体験を求める 30~50代男女

同行者	1人/配偶者
旅行形態	個人旅行(電車、バス、レンタサイクル、徒歩など)
日本の訪問経験	日本には初めて来る人が多い
日本の滞在期間	10日~2週間程度 比較的長い
関心事	旅慣れており、その国・地域ならではの新しい体験を求め冒険心のある層。ゲストハウスなども活用しながら、他の旅行者と情報交換をして行き先を決めることが多い。いわゆる観光地よりも、他の旅行者があまり知らない面白い体験、素晴らしい景色、他ではできない交流などの機会を探し、多少不便でも足を延ばす。その場消費型の商品(お菓子、お弁当、お酒)などへの出費はあるが、お土産消費は限定的。自分が作った工芸品など、体験とひもづく思い出の品を持ち帰る傾向。
前泊地	福岡(東京・大阪)

ワークショップでは ここで挙げた例だけにとらわれず 自分が良いと思うアイデアを 積極的に出してください

