

中部運輸局観光部

平成 29 年 3 月 29 日発表



連絡先：中部運輸局観光部 小林・渥美
TEL 052-952-8009

“昇龍道プロジェクト”

昇龍道のマーケティング戦略の方向性

～昇龍道の外国人旅行者の動きをデータベース化し、観光地域づくりに活用～

ビッグデータを活用した昇龍道における訪日外国人旅行者の行動分析結果については、昨年 12 月 22 日にプレス・リリースしたところです。その後の、昇龍道訪問に関する満足度調査や海外市場における昇龍道エリアの旅行商品調査結果等を踏まえ、今後の昇龍道におけるマーケティング戦略を策定していくための考え方等を取りまとめましたのでお知らせします。

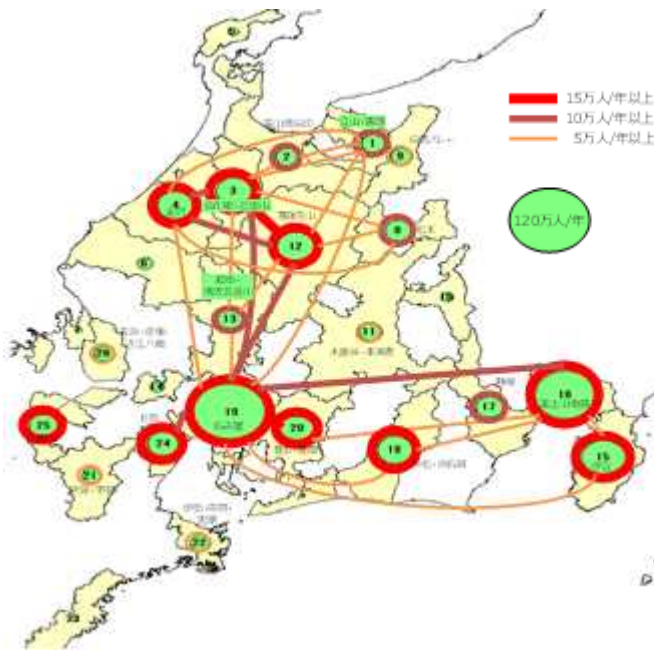
また、中部運輸局では、今回活用したビッグデータ等による分析結果を、各地域における観光地域づくりに活用できるようデータベース化を行いました。このデータベースは、昇龍道エリアを訪問した外国人旅行者数（国籍別、出入国空港別、平均滞在日数等）や広域観光拠点地区間の流動等が分かるものです。

今後は、昇龍道エリアの広域連携 DMO 法人としてスタートする一般社団法人中央日本総合観光機構が定める目標や KPI 指標等の設定に関し、今回構築したデータベースを活用することとしております。

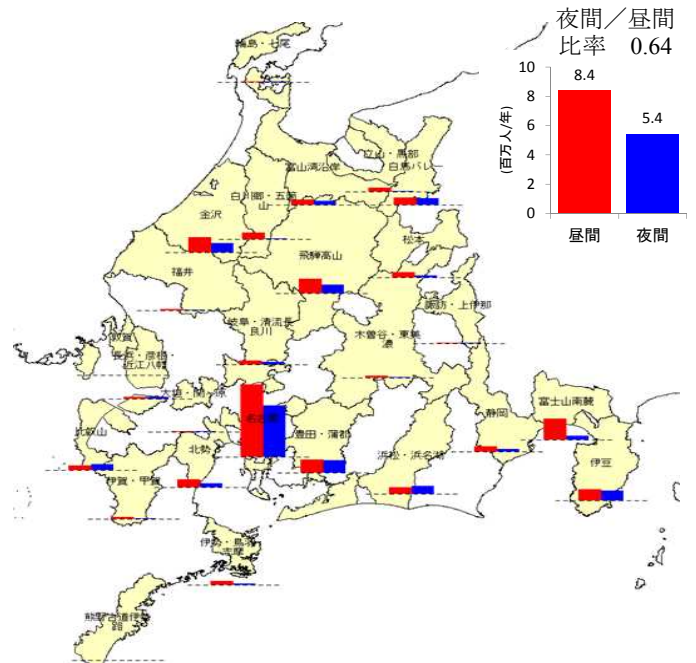
なお、データベースの詳細な内容等に関しては、中部運輸局観光部観光地域振興課までお問い合わせ下さい。

1. 昇龍道における訪日外国人旅行者の流動は、富士山南麓、名古屋間の流動、高山、白川郷・五箇山、金沢間の流動、名古屋、高山間の流動といった3つの流動が太くなっている。昼間人口と夜間人口を比較すると、どの拠点地区も昼間人口が多い傾向となっている（夜間/昼間比率 0.64）。

広域観光拠点地区間外国人流動



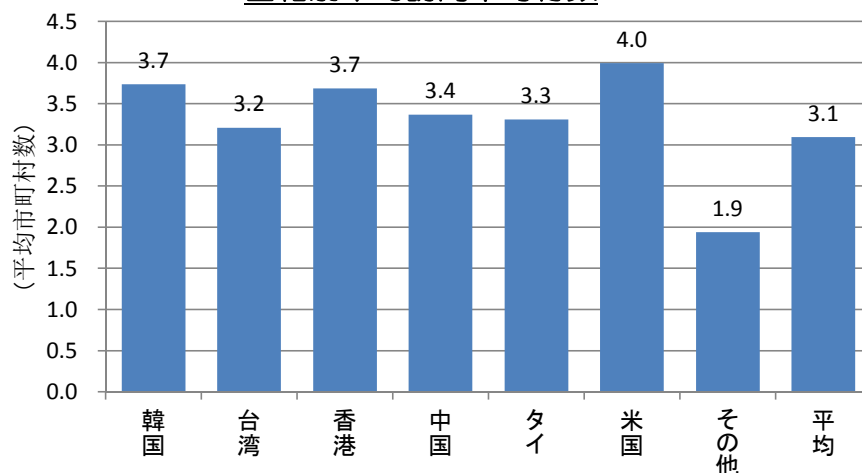
広域観光拠点地区の昼・夜間訪問者



出所) (株) ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」より

2. 昇龍道における訪日外国人旅行者の国籍別平均訪問市町村数は、全体平均で 3.1 市町村となっており、米国が 4.0 市町村と最も多くなっている。

国籍別平均訪問市町村数



出所) (株) ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」より

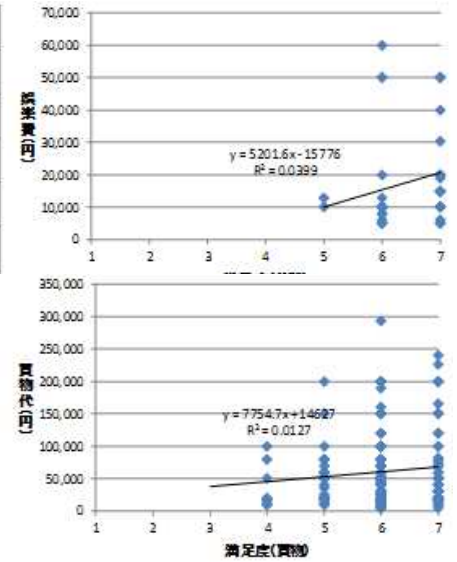
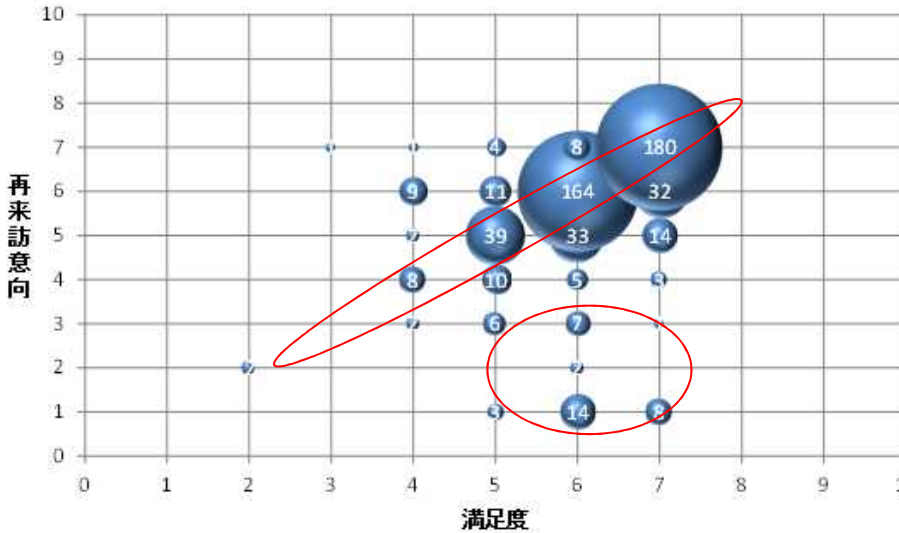
3. 昇龍道では、満足度が高ければ再来訪意向も高くなる傾向が見受けられる。一方、満足度は高いが一度訪問すればよいという評価を受ける地区も存在している。満足度と消費額の関係では、「体験」、「買物」について正の相関関係が確認できる。

広域観光拠点地区における満足度と再来訪意向

満足度と消費額の相関

相関関係のある2つの要素

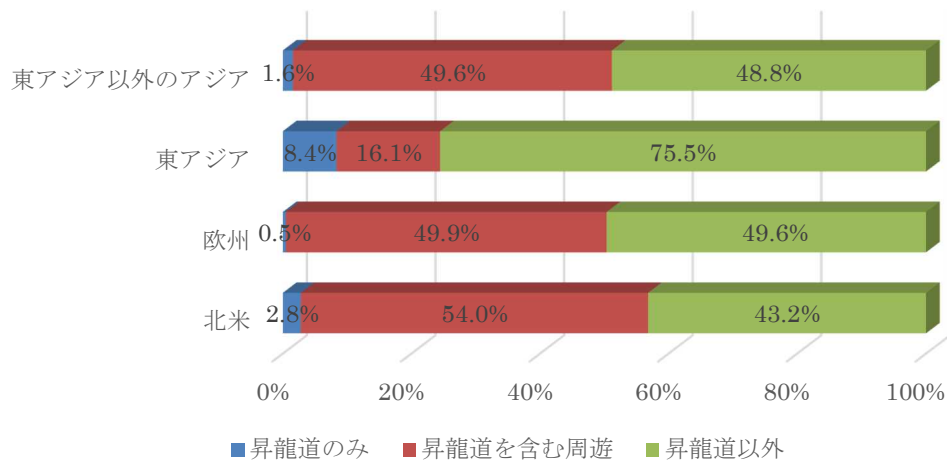
合計 (n=569)



出所) 満足度調査より

4. 海外における訪日旅行商品では、昇龍道以外の訪日旅行商品割合が最も高い地域は東アジアで8.4%。一方、東アジアは昇龍道以外の訪日旅行商品割合も75%と最も高い。昇龍道に関する訪日旅行商品割合が最も高い地域は北米で56.8%。

海外（22 各国(都市)）における訪日旅行商品割合



出所) 海外で発売されている訪日旅行ツアー商品調査 (海外旅行会社(22 各国(都市))のWEB サイトから収集)

<調査結果を踏まえた戦略の方向性(例)>

- 昇龍道における平均泊数を伸ばす戦略
Ex. ・平均滞在日数が長い中部国際空港利用者を増やす（特に英国(5.3日)、フランス(5.5日)、スペイン(6.3日)、米国(4.9日)等)
・訪問者数が多いものの平均滞在日数が短い台湾から旅行者の滞在日数を延ばす
- 流動の中心となる地区を強化する戦略
Ex. ・名古屋、富士山南麓、飛騨高山及び金沢の強化と周辺の底上げ

<平成32年外国人延べ宿泊者数1,400万人泊[※]のためのモニタリング指標(例)>

※：外国人延べ宿泊者数1400万人泊は、3月24日の昇龍道プロジェクト推進協議会において設定された目標値

	H27(現状)	H32(目標)
延べ宿泊者数	762万人泊	1,400万人泊
平均滞在日数	2.6日	4.7日 [※] 1.8倍
平均訪問市町村数	3.1	5.6 [※] 1.8倍

※：他の前提は一定と仮定した場合に目標値を達成するために必要な数値