

## 事業趣旨

地域共通の課題や問題などの定性情報等を調査し、観光客の動向だけでなく要因まで分析することで、観光地域づくり法人（以下、「DMO」）が九州地域への今後の誘客に向けたコンテンツ造成や情報発信などの取組に活用できる共通データを作成する。また、データ分析を基に有効的な取組方針や戦略を検討・提案する。

## 事業実施地域における背景・課題

### 【広域的背景】

宿泊統計やGPSでの動態調査などそれぞれの地域においてこれまでも定量的な調査を実施しているものの、取組に活用できる統一的な情報が不十分であった。

## 事業概要

### ① 検討会の実施

定性情報等の調査前に、調査項目や調査場所等の詳細を決定するために検討会を実施し、調査実施後に構成員向けに調査報告会を行った。

- ・開催時期：第1回検討会 令和4年10月3日／第2回検討会 令和5年3月3日
- ・実施回数：2回
- ・開催方法：オンライン
- ・構成員：九州運輸局、(一社)九州観光機構、DMO等

### ② 定性情報等の調査

- ・調査対象：観光客
- ・調査手法：九州管内のDMOと観光施設に調査協力を依頼し、観光施設等でQRコードを設置し、調査を行った。
- ・調査場所：九州各県の観光施設(観光案内所、道の駅等を想定)
- ・調査項目：訪問目的・体験プログラム・旅行満足度等  
(検討会にて協議に上、決定)
- ・実施時期：令和4年11月1日～令和5年1月31日
- ・成果指標と成果目標：繁忙期・閑散期合計で調査票数200件以上

## 効果検証・事業評価

### ① アンケート結果

九州管内54箇所アンケート回答用のQRコードを設置し、繁忙期・閑散期合わせて3か月間アンケートを実施し、目標200件に対して1,146件の情報を回収した。

〈一部結果抜粋〉

- ・来訪者 九州エリアからが54%、関東20%、近畿12%
- ・訪問先 長崎22%、福岡20%、熊本19%
- ・目的 地域の食21%、温泉18%、自然景勝地18%、宿泊13%
- ・情報収集 web検索22%、Instagram12%、観光協会HP11%、ガイドブック11%
- ・満足度 日帰り客・ロングステイ客ともに97%が満足
- ・その他 自由記述やAIテキストマイニングなどのデータを集計

### ② アンケート分析

〈ロングステイ客の傾向〉

- ・訪問地への満足度が日帰り客より高い。
- ・訪問目的は、地域ならではの食・街・自然の景観鑑賞が多い。
- ・体験プログラムに参加する割合が高く、使用金額も高額になる。
- ・地域住民との関わりや触れ合う機会が、訪問地の満足度向上につながっている。
- ・地名と食・地名と観光スポットの組合せでWEB検索し、情報を得ている。

〈分析〉

- ・訪問地への満足度を高めることが、リピーター獲得・消費額増加に繋がる。
- ・観光情報を掲載するHP等は、検索ワードにヒットしやすい工夫が必要。
- ・体験プログラム等で対人対応を重視し、滞在時間を延ばす仕組みの構築が有効。

## 次年度以降の提案

- ・各観光地域での来訪者に対するCS強化で訪問地に対する満足度向上とリピーター獲得を狙う。
- ・地域住民との関わりを重視した体験プログラムを造成し、滞在時間を延ばすことで満足度の向上と旅行消費額の増大を図る。
- ・地域毎の課題等に対する取組や戦略に、本データ・根拠に基づく観光地域づくりを推進する。