

観光客増加のための
マーケティングプランの
ご提案



2023年1月31日

マーケティングアドバイザー はらだ なおこ

もくじ

1.国内観光客向け マーケティングプラン

P2-P3 国内観光客が求めていること P4-P6 国内観光客増加の提案

2.ワーケーション向け マーケティングプラン

P8 ワーケーションの推進 P9 ワーケーションモニター事例

P10 富田林に必要な環境整備

3.インバウンド向け マーケティングプラン

P12 インバウンドの回復と
観光地づくりの支援

P13-P15 インバウンド受け入れ
に必要な環境整備

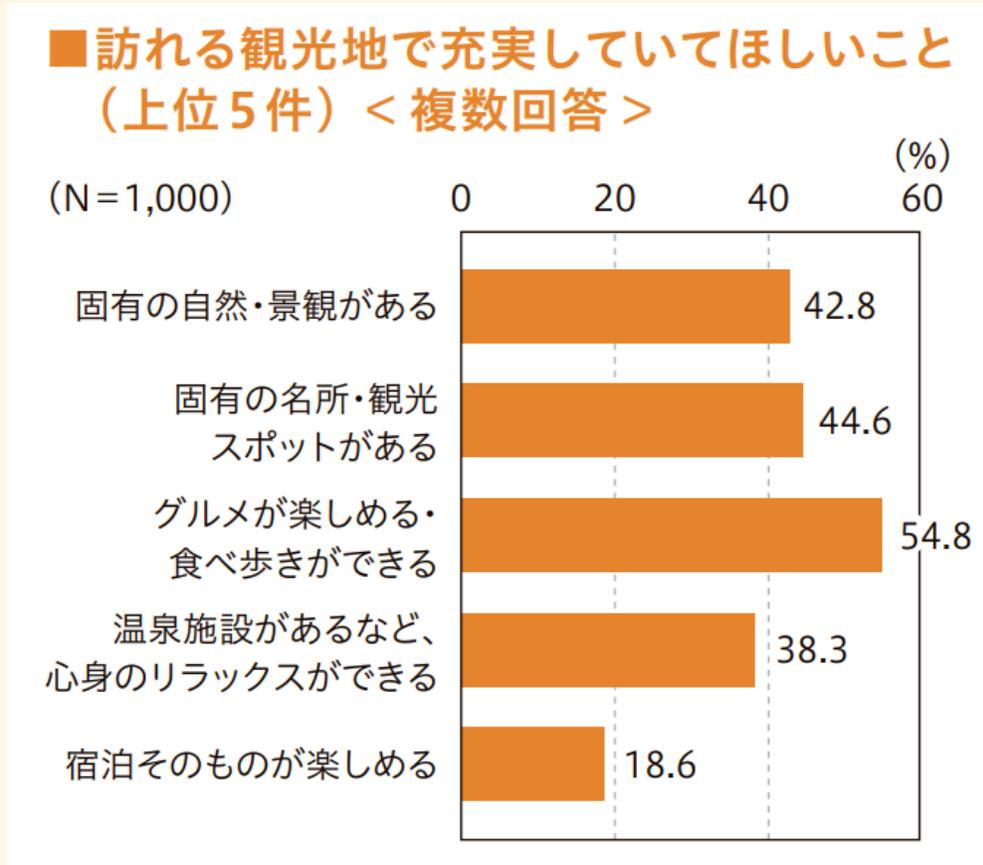


1. 国内観光客向け マーケティングプラン



国内の観光客が求めていること①

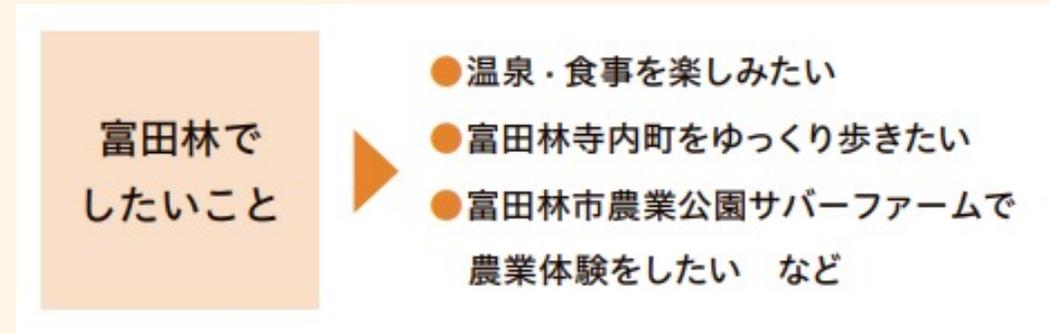
観光客の最も多くが「グルメが楽しめる・食べ歩きができる」ことを望んでいる



参照元：富田林観光ビジョン（全国1,000人調査）



富田林に宿泊で訪れた人の調査でも「食に期待し、楽しみたい」声が最も多い



参照元：富田林観光ビジョン（本市内に宿泊した190人調査）

多くの人々が「旅行は食を充実させたい」ことを望んでおり、
富田林に対しても「食事や農業体験」に期待を寄せていることから

「食」に特化したガイドマップや体験コースを
企画し「**食の都 とんだばやし**」を目指す



国内観光客増加の提案①

ユーザーが知りたいグルメ情報に辿り着きやすくするために、**カテゴリ毎のグルメマップ**を制作

【1】～【3】のマップイメージ (神田・神保町カレーカード大全)

カテゴリ例

【1】地場野菜を使ったレストランマップ

(地場野菜メニューも併せて紹介)

【2】寺内町食べ歩きマップ

【3】オシャレカフェマップ

(オニジャスコーヒー、ストリーマーコーヒー等)

【4】昔ながらの食堂・喫茶マップ

※マップの情報は、Instagram
「とんだばやしとりっぷ」の
ハイライトやまとめにも反映



ハイライト イメージ



【2】のマップイメージ
(みやじまぐちグルメマップ)

国内観光客増加の提案②

グルメを楽しんだ後は、お土産を買いたくることが想定される

欲しいお土産を見つかりやすくするために、**エリア毎の地場野菜・お土産マップ**も作る

【1】のマップイメージ (太子町いちじくマップ)

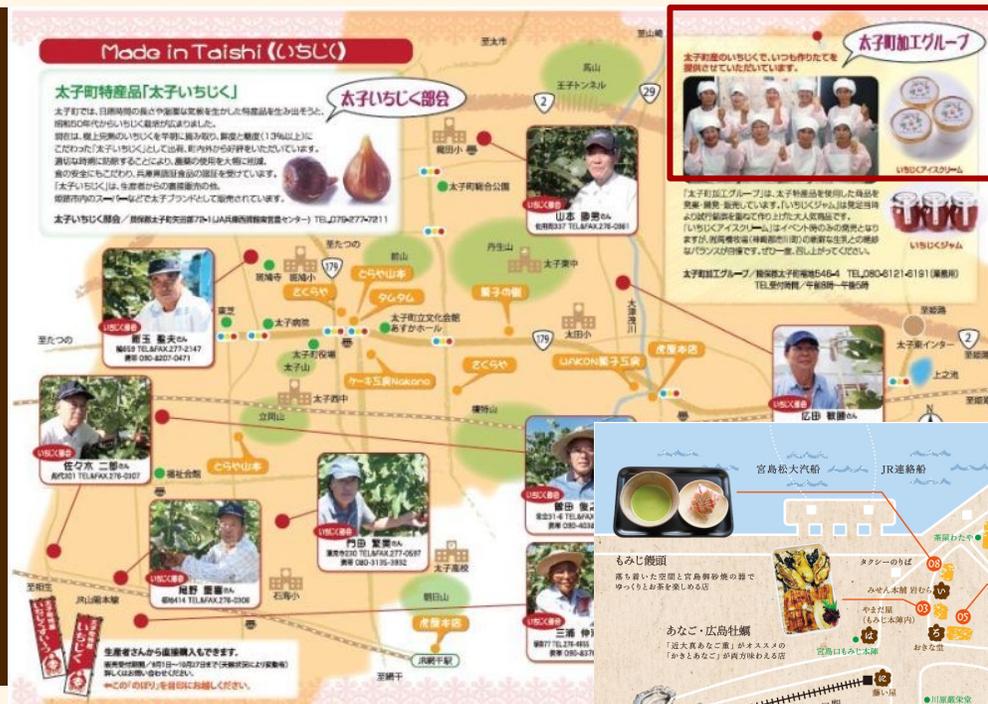
カテゴリ例

【1】おいしかった地場野菜

地場野菜をお土産にするなら●●エリア

【2】旅の思い出に。自分へのお土産探しは●●エリア

【3】ばらまき土産におすすめ●●エリア



赤枠のように
地場野菜マップは
生産者の横に商品
(地場野菜)を紹介

※地場野菜は
紹介だけではなく
おすすめの食べ方
(レシピ)も提案

4. 栗ごはん

【材料 (2人分)】
 生栗 300g - 400g (大粒約12-16個)
 米 1合
 もち米 1合
 酒 大さじ2
 塩 小さじ1

【作り方】
 ①栗ともち米を炊飯後30分-1時間くらい蒸らす。ざるに上げておく。
 ②栗を湯に10分浸した後、塩、酒を割き、水に10分さらし、ざるに上げて、水をとる。
 ③炊飯器に①と②、酒、塩を入れ、水加減して炊く。

5. 茶巾しぼり

【材料 (4人分)】
 生栗 1kg (大粒約40個)
 砂糖 煮出した栗の20%
 シナモン 50cc

【作り方】
 ①2分茹でた栗を鍋で煮る。沸騰したら中火で40分ぐらい茹で、ざるに上げておく。(鍋で水が多くなったら足す)。
 ②①の栗を鍋で半分分けて、中身をスプーンで取り出し、煮こしする。
 ③砂糖、シナモンを加え、よく混ぜ合わせる。
 ④シナモンは、栗の煮るお湯にさらす(より調製する)。
 ⑤ラップをしぼる。

おすすめの食べ方 イメージ

【2】・【3】のマップイメージ
(みやじまぐちグルメマップ)



国内観光客増加の提案③

グルメ・地場野菜・お土産マップの内容をもとに「食旅モデルコース」を制作
 日帰り一日・1泊2日コースは、農業体験や料理教室なども組み込み、食文化を充実させる
グルメに特化したコース設定は、他の観光都市ではほとんど無いため差別化ができる

カテゴリ例

【1】日帰りコース（半日）
 （グルメ・お土産探し）

【2】日帰りコース（一日）
 （収穫体験・グルメ・お土産探し）

【3】1泊2日コース
 （農業・収穫体験・料理体験・
 グルメ・お土産探し）

グルメ・お土産探し モデルコースイメージ
 （鳥取中部 癒しの旅紀行）

<https://tottori-iyashitabi.com/spot/model/drive/gourmet/>

農業・料理体験 イメージ
 （十和田グリーンツーリズム）

2. ワークーション向け マーケティングプラン



ワーケーションの推進

令和5年度以降は、ワーケーションを推進し、受け入れ体制整備に向けたモデル実証等の実施が進む

「第2のふるさとづくり」の普及・定着及びワーケーションの推進

- ・ 自然環境に触れる旅、田舎にあこがれを持って関わりを求めるニーズがあることを踏まえ、「第2のふるさと」をつくり、「何度も地域に通う旅、帰る旅」の創出を図る。
- ・ 令和4年度事業を踏まえると、例えば、学びや地域貢献などの価値をどれだけ多面的に創出できるか、来訪の度に新たな学びがある深い体験ができるか、来訪後の関心の継続性等の課題が明らかになっている。
令和5年度は、継続した来訪を促進するための戦略策定、地域の受入体制整備に取り組む必要があり、地域との交流の拡大、滞在環境・移動環境の整備に向けたモデル実証等を実施する。
- ・ また、ワーケーション推進に当たっては、これまでの取組を踏まえ、企業による地域貢献など、企業のニーズを踏まえた取組等が必要であり、企業の意向改善や地域の受入体制整備に向けたモデル実証等を実施し、裾野の拡大に取り組む。



地域住民との交流を深めつつ野菜収穫を体験
(第2のふるさとづくりの事例)



企業が地域でグループワークを実施
(ワーケーションの事例)



参照元：令和5年度予算：観光庁概算要求

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/yosan/content/001498509.pdf>

富田林市もワーケーションの受け入れ体制の整備を行い、ワーケーションモニターを実施し、**第2のふるさととして再訪してもらえるようにリピーターを増やす**

ワーケーションモニターの参考事例

コロナ禍からワーケーションモニターを実施している自治体の一つ、福井県大飯郡高浜町は
全宿泊施設&飲食店と一部の海水浴場までFree Wi-Fiが完備されており、どこでも仕事ができる



その他の特色

- 自治体×住民のまちづくり会議の参加
- 地域活動やイベントの参加
- 禅やマリンアクティビティの体験
- コワーキングスペースの無料利用
- 交通&宿泊費の助成
- 宿の自転車無料貸し出し（一部）

(高浜町公式ワーケーションサイト)

<https://wakasa-takahama.jp/workation/>

(高浜町ワーケーションモニター募集サイト)

<https://www.town.takahama.fukui.jp/page/sougouseisaku/waacation/p007087.html>

高浜町役場の職員のタイミングが合えば、到着時に宿までの送迎やコワーキングスペースなどの施設案内まで対応いただける

ワーケーションモニター実施に必要な環境整備

富田林でワークが気軽に行えるように**宿やフリースペースに電源・Free Wi-Fiを完備**することが先決

一例



亀の井ホテル 展望室・ロビー・客室



きらめきファクトリー 多目的スペース



じないまち交流館 1階 無料休憩所

その他の整備

- 駅や宿などで自転車の貸し出し
- 観光ガイド以外に印刷物やウェブ・Instagram等で月ごとのイベント情報の発信
- 個室や会議室を完備したコワーキングスペース
- ワーケーション向けの地域の方と交流機会や遊び体験の企画

3. インバウンド向け マーケティングプラン



インバウンドの回復と観光地づくりの支援

令和5年度以降は、**戦略的な訪日プロモーションと、付加価値のあるインバウンド観光地づくりの支援が進む**

戦略的な訪日プロモーションの実施

要求額(国際観光課) : 9,300百万円

○ ポストコロナを見据え、入国緩和の状況等に応じ、市場ごとに、段階的にプロモーション事業を拡大してきたところ、短期的には**インバウンドの回復**に向けた取組を積み重ねるとともに、中長期的には**旅行消費額増加**や**ポストコロナの旅行ニーズへの対応**等に取り組むことで、本格的なインバウンド回復を実現するため、**プロモーションを実施**する。

インバウンドの回復に向けたスタートダッシュ

- 航空会社・OTA等との共同広告を通じて、訪日旅行を促進するとともに、地方路線の復便等を後押し。
- コロナ禍で高まったリピーターの訪日意欲を、訪日予約につなげるための大規模なアジアキャンペーンを実施。



デジタル技術を活用したマーケティング基盤の強化

- デジタルマーケティング技術の活用により効果的な発信を行い、国内外の旅行・メディア関係者とのネットワーク強化により、マーケティング基盤の強化等を図る。

消費額の増加

- 高付加価値旅行者の誘致強化や、消費単価が高い欧米豪市場を中心に情報発信を実施。



ポストコロナの旅行ニーズへの対応

- ポストコロナにおいて訴求力が高い、アウトドアスポーツやサステナブル等の観光コンテンツの発信を強化。



地方誘客の促進

- コロナ後を見据えて地方で磨き上げた観光資源の新たな魅力を発信することで、地方誘客を促進。
- 地方の認知度・興味関心向上のため、広域連携DMOと連携した情報発信や、2025年大阪・関西万博の機会を捉えたプロモーションを実施。



地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり支援事業

要求額(国際観光課) : 400百万円

- ◆ 高付加価値旅行者層(着地消費100万円/人以上)は、訪日旅行者全体の約1%(29万人)に過ぎないが、消費額の約11.5%を占める*。ただし、獲得シェアや地方への訪問率は大きいとは言えず、地方訪問を促すことによる地方創生への貢献が期待される。
- ◆ 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりを推進するため、今年度中にモデル観光地を10ヵ所程度選定することとしており、これらの地域に対して総合的な施策を集中的に講じる。
- ◆ 本事業では、必要な体制構築及び中長期のビジョン設計のため、モデル観光地における**地域のマスタープランの策定**等の支援を行う。
 - 経済財政運営と改革の基本方針2022(骨太の方針)(令和4年6月7日閣議決定):「高付加価値旅行者の誘客(中略)を強力に推進する。」
 - 新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画フォローアップ(成長戦略)(同日):「訪日旅行における消費単価が高い高付加価値旅行者の誘客促進のため、2022年度中に、高付加価値旅行者を誘客できる可能性のある地域をモデル観光地として全国10ヵ所程度選定し、高付加価値な宿泊施設整備、観光資源の発掘・磨き上げ、ガイド等の人材育成、海外セールスを集中的に支援する。」

※数値は日本政府観光局調査(令和元年)による。

取組内容

モデル観光地が高付加価値インバウンド観光地づくりに取り組む体制を確立するため、地域のマスタープランの策定等を支援する。

支援内容(例)

- 専門人材(ファイナンス、観光コンテンツ、デベロップメント、ブランディング等)の派遣による戦略・計画策定
- マーケティング調査、戦略の策定

→ 市場調査の実施、マーケティング戦略策定(ターゲット設定、ニーズの把握等) 等



希少で高度な体験価値の提供(ウリ)



上質な滞在施設や宿泊施設の整備(ヤド)



ガイドやホスピタリティ人材等(ヒト)



海外の高付加価値層とのネットワーク強化・情報発信力強化(コネ)



シームレスな移動環境の整備(アシ)

参照元：令和5年度予算：観光庁概算要求

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/yosan/content/001498509.pdf>

2025年には大阪万博もあり、大阪にインバウンドが急激に増えることが予測できることから、富田林市もインバウンドの受け入れ体制を整え、万博と合わせて富田林へ足を運んでもらうとともに**滞在の長期化に繋げる**

インバウンド受け入れに必要な環境整備①

富田林の観光スポット・店舗、ボランティアガイド向けにインバウンド対策講座を実施

一例



AI通訳機「ポケットーク」の使い方講座
(スマホに有料版アプリを入れると使用できる
本体を購入の場合は、インバウンド補助金を活用)



外国人によく聞かれやすい質問対策講座
(事前にQ&Aのリストアップを行い、翻訳機を使
いながらスムーズに対応できることを目指す)



外国人とコミュニケーションの取り方講座
(外国人と接客する際に、翻訳機を使いながら簡
単な挨拶からグルメ・観光スポットの説明ができ
ることを目指す)

外国人とのコミュニケーションの対応がスムーズになることで、**富田林の印象が上がり再訪に繋がる**

インバウンド受け入れに必要な環境整備②

観光スポットまでの道案内やマナーの標識に英語表記を追加

一例



観光スポットまでの道案内



観光スポットの入り口の案内



観光地のマナーの案内

標識に英語表記を追加することで人に聞かずに、正しいマナーでスムーズに観光スポットに辿り着ける

インバウンド受け入れに必要な環境整備③

日本の文化・歴史に触れられるような、外国人に好まれるイベントを企画・開催

提案内容：富田林四季物語実施の際に店・来訪者が着物を着用。江戸時代にタイムスリップしたように非日常が味わえる



着物は、数が必要になるため、富田林市民に向けて「着物無料貸し出しの募集」を行い、着物レンタル店や着付け店で集まった着物の着付けを行う

市民から着物の無料貸し出しをしていただくことで、**観光スポットを盛り上げるだけでなく、地域活性化にも繋がる**