

長野県観光機構（長野県DMO）のマーケティング調査の概要

（一社）長野県観光機構

1. 調査業務名 長野県観光機構（長野県DMO）中期計画策定支援業務

2. 背景

観光地域づくりを目指す県内の地域DMO候補法人等と連携し、長野県全体の観光地経営の「かじ取り役」としての機能を発揮していく必要がある。そのために各種データの収集・分析、戦略の策定など、科学的なアプローチに基づいた観光地域づくりの仕組みの導入が急務であり、これらを踏まえた中期計画の策定を行うためにマーケティング調査を実施するものである。

3. 調査業務内容

（1）来訪者満足度調査 <観光庁の推奨モデル調査表を準用>

聞き取り式調査	目標サンプル数	700件（県内10エリア、20地点で実施）
留め置き式調査	目標サンプル数	1,000件（旅館・ホテル100施設に配布）
	合計	1,700件

（2）長野県観光基本調査

インターネットを活用し、長野県全域に関する観光基本調査を実施。「山岳高原」をキーワードとした観光資源の認知度、関心度に関する調査、県内17エリアの観光分析を実施予定。

（3）既存観光データの検証と分析

上記における新規の調査結果と既存データを組み合わせることで、長野県観光の課題を可視化していく。

例：「観光庁宿泊旅行統計調査」「長野県観光地利用者統計調査」「RESAS」等

（4）ビッグデータの活用による外国人旅行者の動態把握

モバイル空間統計等を活用した外国人旅行者の動態を把握する。

4. ポイント

（1）聞き取り式および留め置き式のアンケート調査により、①お客様のナマの声を聞くことで観光関係者の意識が向上し、「質の高いサービス」の提供につながる事が期待できる。②外国人旅行者の満足度・再来訪意向の把握が可能となる。③観光庁の推奨モデル調査表を使用することにより、他の観光地との比較が可能となる。④アンケート調査に関するノウハウを蓄積することにより次年度以降、低コストで実施できる可能性がある。⑤県内の地域DMOと共同実施すれば、データの共有・活用が可能となる。

（2）来訪者満足度調査は、地域（地域DMO、行政、観光協会、旅館、ホテル等）の協力を得ながら実施する。

（3）インターネットによる調査は外部有識者のアドバイスを受けながら質問項目を設計中。長野県の独自の価値である「山岳高原」についてのブランド力、誘客力を検証するほか、既存観光資源（温泉、宿泊施設、食、アクティビティ等）との連携方法を検討する。来訪者アンケートとは異なる視点から情報収集し、多面的な分析を行い中期計画に反映させていく。