

信州しなの町観光協会 様

SHOWCASE

ニューノーマルターゲットレポート事例

Vpon JAPAN

2020年12月

年間観光客100万人の長野県信濃町、 コロナによる訪日客激減も、ニューノーマル時代の 新たな4ターゲット策定により施策の軸を確定！

クライアント課題

訪日旅行者は激減。アフターコロナの準備として、どのようなターゲットにどのように訴求していくか、今後の方針が曖昧であった

Vponの解決策

Vponによるアンケート調査により、ニューノーマル時代の台湾人ペルソナを策定

成果

4種類のペルソナが浮き彫りになり、かつ同地域の観光地である野尻湖の潜在ニーズが明らかとなった。そこから施策の軸が明確に。

事例：クライアント団体

長野県信濃町

一般社団法人 信州しなの町観光協会

Shinanomachi Tourist Association

年間観光入込客数100万人の長野県信濃町は新潟県との県境に位置しており以下の大きく4つのエリアに分かれています。野尻湖ではナウマンゾウの化石でも有名です。

1：野尻湖エリア

夏はカヤック、冬はワカサギ釣り

2：黒姫高原エリア

秋のコスモス、冬はパウダースノー

3：柏原・富士里エリア

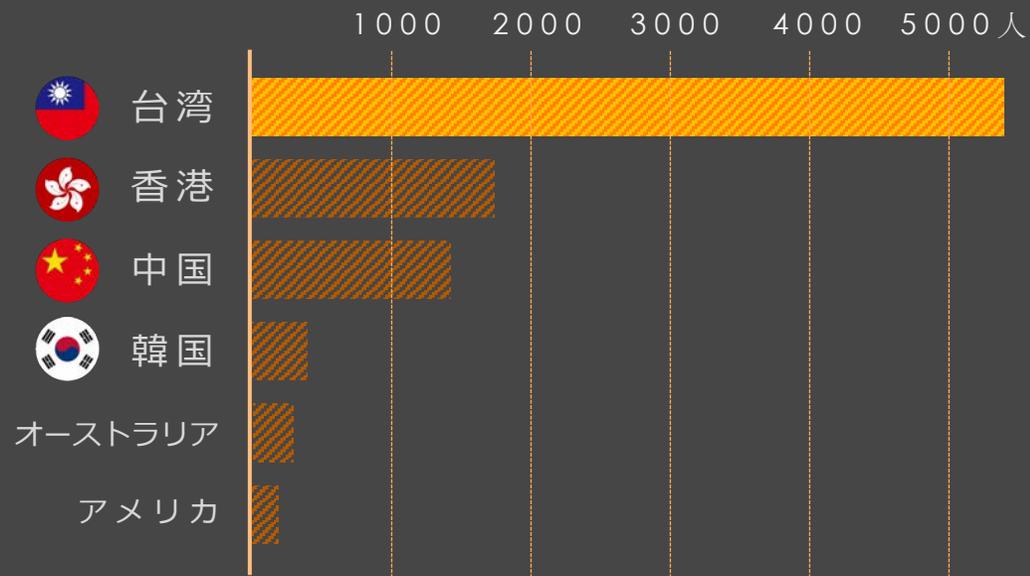
江戸時代の俳人小林一茶のふるさと

4：タングラム班尾エリア

ゴルフ/スキー/ホテルが一体になったリゾート地

BACKGROUND / 背景

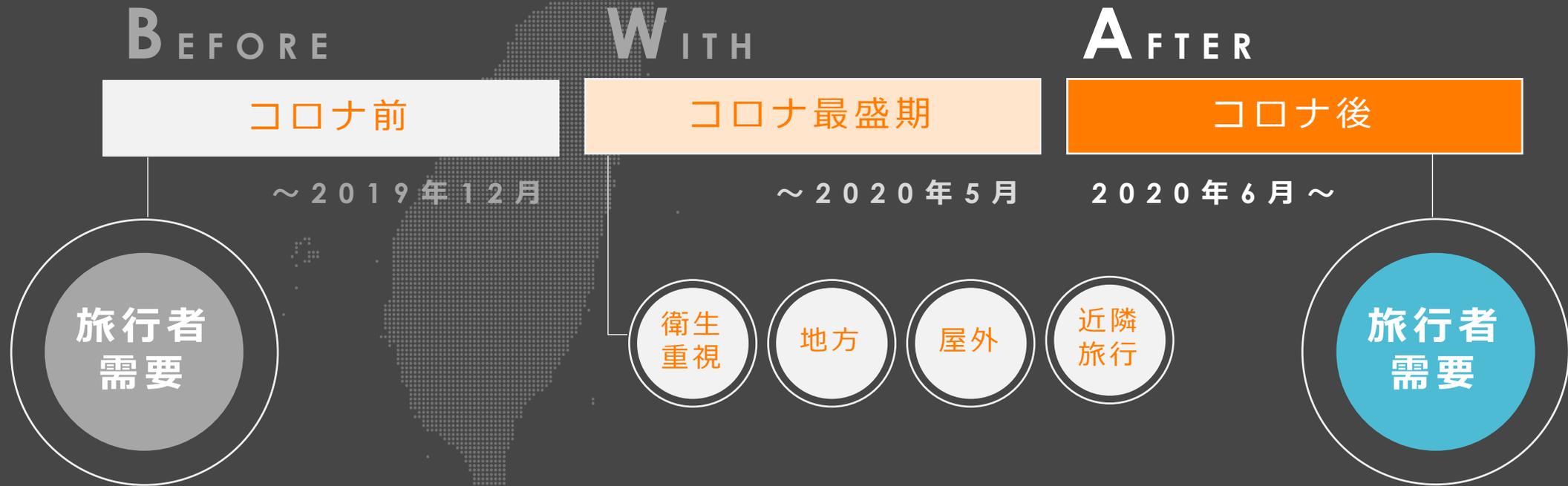
信濃町延外国人宿泊者数（2018年）



背景：長野県信濃町のコロナ前の2018年の外国人宿泊者数は、約1万500人であり、国別で見ると約半数が台湾からの旅行客となっています。

長野県全体で見ると、同年外国人宿泊者数が120万人となり前年比18%以上の増加となっていました。県全体でも1位は台湾で30万人となっており、観光地としてのポテンシャルが高い地域となっています。

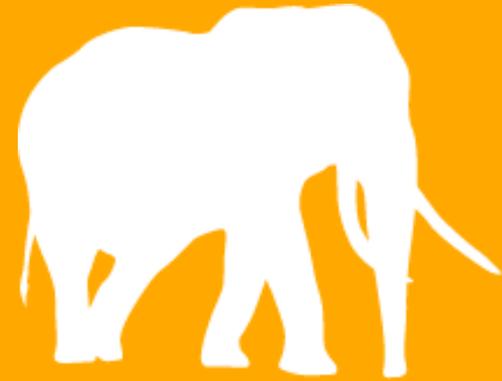
CHALLENGE / 課題



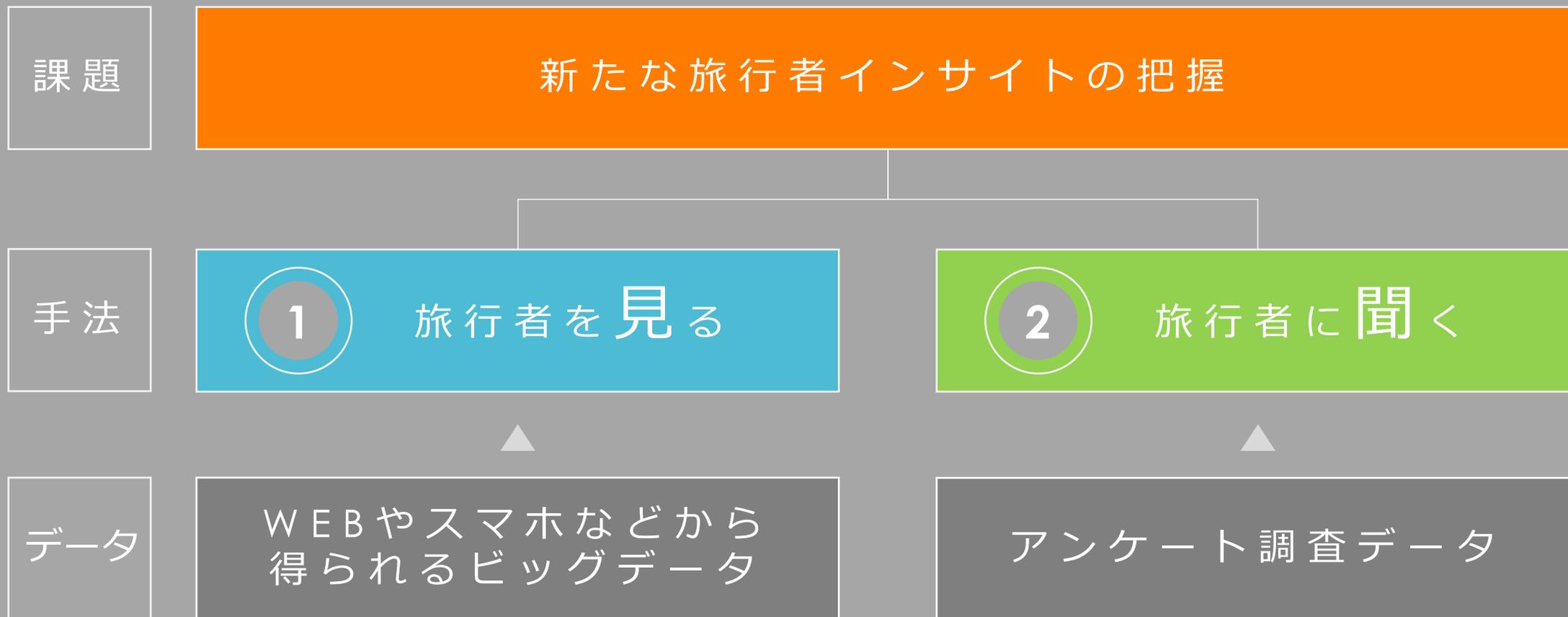
台湾はすでにアフターコロナであり、今後の
誘客に向けてニーズの変化を掴んでおく必要があった

HOW

Vponの解決に向けた取り組みとは

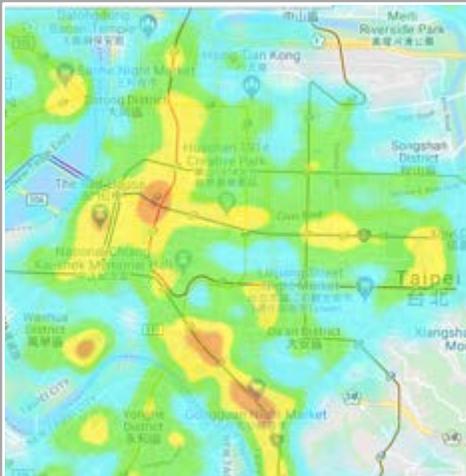


HOW / 全体指針

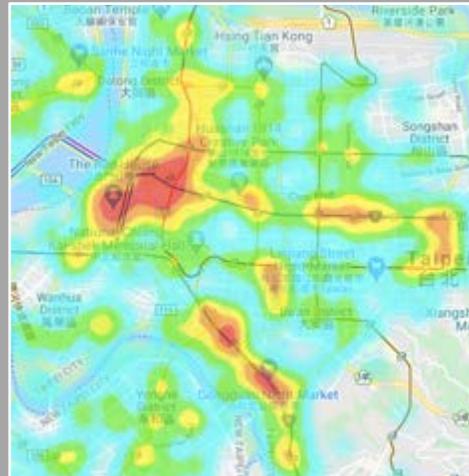


HOW / 全体指針

ビッグデータによる
人の滞在傾向 / 移動分析



コロナ前



コロナ後

アンケートリサーチによる
人の深層ニーズ分析

アンケート項目	因子1	因子2	因子3
スポーツなど	.731	.057	-.146
SNSに投稿	.697	.009	-.020
テーマパークで遊ぶ	.642	-.135	.108
映画や漫画のロケ地	.581	.084	.079
買い物をする	.495	-.087	.177
緊張感を味わう	.392	.185	.078
本格的な写真撮影	.369	.085	.047

HOW / アンケートによるペルソナ策定

1 : データ収集

台湾人へのアンケートリサーチ

旅行目的など

2 : データ分析

因子分析によって共通のニーズ抽出

アンケート結果から旅行目的の共通する深層ニーズを抽出

クラスター分析によるグループ化

結果データを元にグループに分ける

3 : ペルソナ策定

ペルソナ化

分析結果から見える旅行者像を可視化

HOW / アンケートによるペルソナ策定

Persona 1



20歳の旅行に憧れる
新社会人

Persona 2



平均的ファミリー

エンタメアクティブ因子

2.5

2

1.5

1

0.5

0

-0.5

-1

ゆっくりくつろぎ因子

文化芸術因子

Persona 4



ゆったり旅行の
富裕層シニア

Persona 3



運動好きな
訪日リピーター

こだわりグルメ因子

■ ペルソナ1 ■ ペルソナ2 ■ ペルソナ3 ■ ペルソナ4

HOW / アンケートによる観光地ニーズ調査

野尻湖

<野尻湖>

長野県北部に位置し、国立公園にも指定される野尻湖は、入り組んだ形が美しい大きな湖です。遊覧船でしか訪れることができない湖上の「宇賀神社」はパワースポットして有名。夏は別荘地としても賑わうほか、カヤックなどのレイクスportsが盛んです。



HOW / アンケートによる観光地ニーズ調査

比較対象の観光地：ベトナム ハロン湾

<ベトナム ハロン湾>

ボートなどのアクティビティが
楽しめ、1994年には世界自然遺
産に登録された大小2,000ほど
の奇岩群で有名なベトナム屈指
の観光スポット。

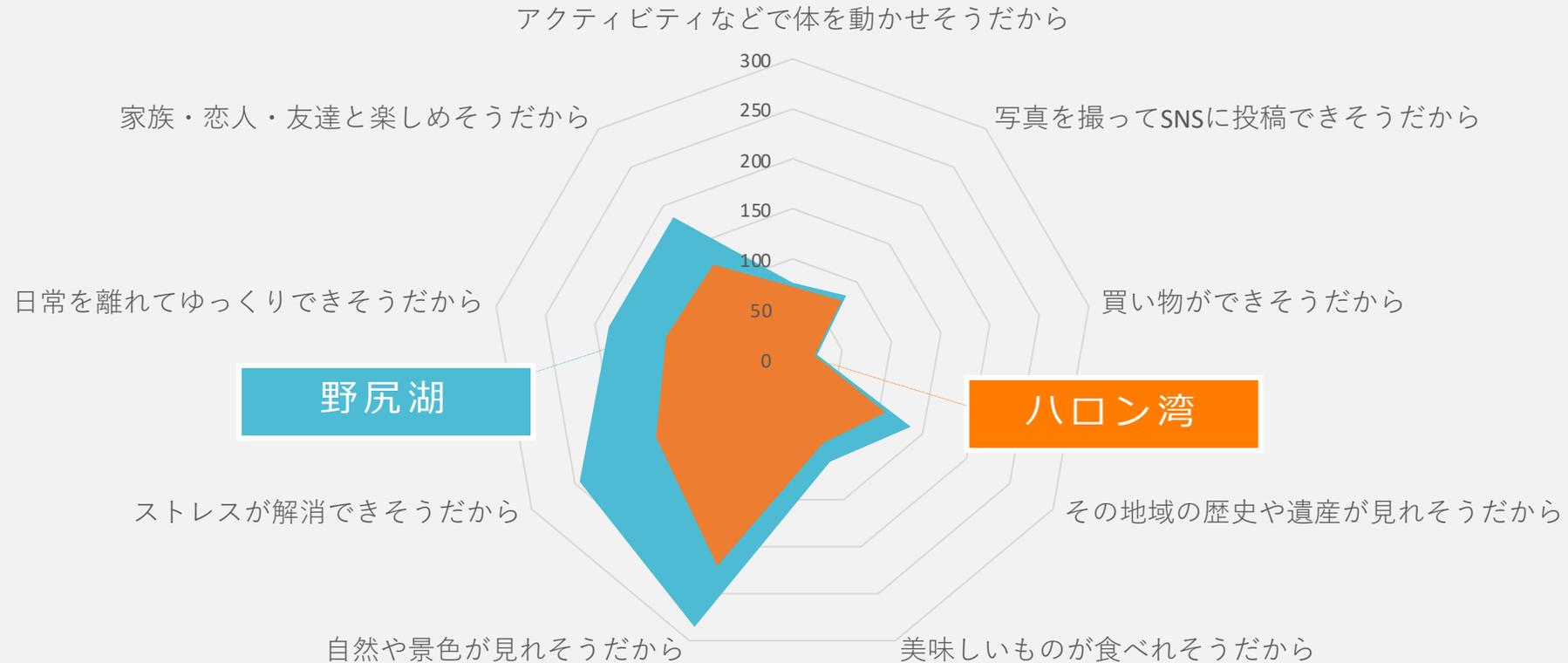
ハロン湾クルーズで美味しい
シーフードランチを食べること
ができます。



HOW / アンケートによる観光地ニーズ調査

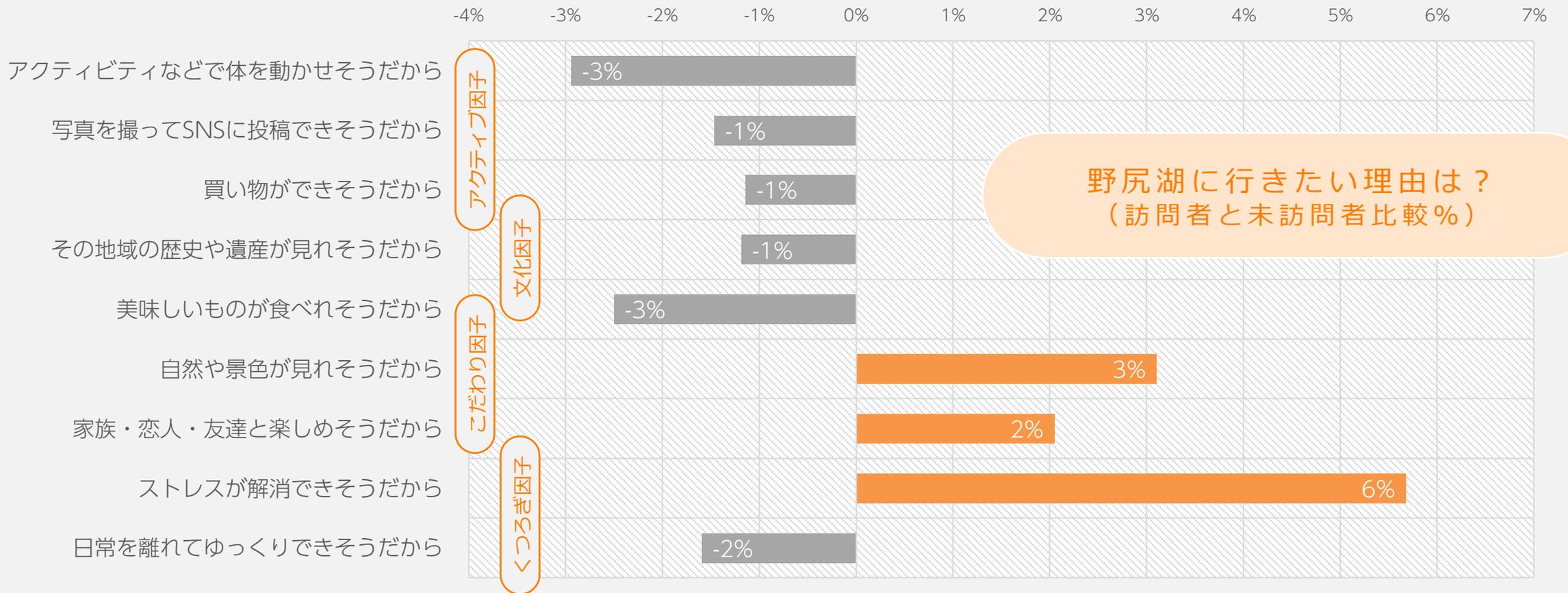
行ってみたい理由は何ですか？

■ 野尻湖 ■ ハロン湾



野尻湖にはアクティビティやSNS映えよりもストレス解消や景色に期待値が高い

HOW / アンケートによる観光地ニーズ調査



未訪問者との比較においても、自然や景色によるストレス解消目的が高い

OUTCOME / 成果

ニューノーマル時代の台湾人旅行者の4種類のペルソナ抽出

野尻湖（長野県信濃町）への観光ニーズの把握



今後、次年度制作する公式ウェブサイト/
観光パンフレット/動画コンテンツ/ファムトリップなど
誘客施策の全体の軸へ活用

さいごに

信州しなの町観光協会事例

ニューノーマルの時代になり、私たちはこれまでとは異なる生活様式の変化に直面しました。それはWithコロナとして観光業も同様です。少なからず、付き合い合っていかなければならないウイルスの驚異の中で私たちは次の作戦が必要となっています。

本事例のニューノーマルターゲットレポートはあくまで作戦を練るための材料に過ぎません。実際に集客する時期や越境ECのように現地のユーザーのことを知ることで直接販売できる可能性もあるかもしれません。

Vponも各地域・企業の方々と一緒に模索を続けていきたいと思えます。

アジアビッグデータカンパニー

Vpon

E-mail : sales.jp@vpon.com

TEL 東京 : 03-6361-0252

TEL 大阪 : 090-6754-2296



メルマガSNSで最新情報を更新中

<https://www.vpon.com/jp/subscription/>