

## 7章 マーケティング分析

---

## 7-1 マーケティング分析による観光実態の整理

## (1) SWOT分析の実施

各調査結果を踏まえ、北谷町における観光動向のSWOT分析を実施した。

SWOT分析の実施結果は、以下のとおり。

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・多くの観光客が高いお勧め度となっており、観光客数の増加、リピーターも多いことから魅力的な観光地であることを示唆している。</li> <li>・訪問目的の多様性が北谷町の観光の強みの一つとなっている。海や自然の美しさ、飲食店、ショッピング施設の充実度など、様々な魅力が観光客を引き寄せている。</li> <li>・10代から40代以上まで、幅広い年齢層の観光客が訪れており、多世代にわたって楽しめる観光地となっている。なお、これらの若年層を対象としたデジタルマーケティングをすでに実施している。</li> <li>・県内観光主要観光地の中間地点にある。</li> <li>・観光事業者は、他県観光客、県内観光客を主要な客層としており、広範囲からの顧客基盤を持っている。</li> <li>・観光推進を「非常に重要」と考えている事業者が多く、地域全体で観光振興に積極的な姿勢がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家族連れやカップルが多いが、特定の観光客層に偏っているという見方もできる。</li> <li>・特定の訪問目的（例えば、自然観光やショッピング）が強い一方で、文化体験など他の分野での魅力が相対的に弱い。</li> <li>・観光・施設情報のオンラインでの調査容易性を指摘する観光客が少ないことは、情報提供の改善が必要であることを示唆している。</li> <li>・主な移動手段が自動車中心となっており、公共交通機関を利用する観光客にとっては不便を感じる可能性がある。</li> <li>・観光入込について、季節変動がある。（観光事業者の収益不安定）</li> </ul>
機会	脅威
<ul style="list-style-type: none"> <li>・単独旅行者や高齢者など、まだ十分に来訪されていない観光客層を対象としたプロモーションで、新たな市場を開拓する余地がある。</li> <li>・自然環境の保護を重視した持続可能な観光活動を展開することで、エコツーリズム市場での競争力を高めることができる。</li> <li>・文化体験の機会を増やし、教育的価値の高い観光コンテンツを提供することで、訪問目的の多様化を図ることができる。</li> <li>・地元食材を活用した料理の提供などによるガストロノミーツーリズムの充実を図ることで、訪問促進が期待できる。</li> <li>・公共交通機関の利便性を高めることで、さらなる観光客の誘致が期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若者の自動車離れが指摘されており、将来的には公共交通の利便性が高い観光地が選ばれる可能性がある。</li> <li>・我が国は少子高齢化社会に突入しており、若年層が減少している。</li> <li>・パンデミック等で県外観光客が減少するリスクがある。</li> <li>・台風など、自然災害は観光産業にとって大きなリスクをもたらす。また、海の汚染など、環境問題の悪化は、観光魅力を損なう可能性がある。</li> <li>・人材不足などで観光産業の維持が困難になる可能性がある。</li> <li>・デジタル化が進展するなか、観光情報の提供方法やマーケティング戦略において、常に最新の技術を取り入れる必要がある。</li> </ul>

### (2) STP分析の実施

合わせてSTP分析を実施することで、市場の設定、ターゲット設定、目指すべきポジショニングを整理した。

#### ① Segmentation (市場細分化)

北谷町の観光客実態を踏まえ、北谷町観光客の主な観光市場を以下のように細分化する。

##### ✓年齢層

若者（10代～30代）、中年層（40代～50代）、高齢者（60代以上）

##### ✓グループ構成

カップル、家族連れ、友人同士のグループ

##### ✓訪問目的

自然体験（海、山など）、文化体験（歴史的スポット、地元文化）、レジャー活動（ショッピング、食事、イベント参加）、リラクゼーション（リゾート滞在、スパなど）

##### ✓居住地

県内観光客、県外観光客（国内）、インバウンド

#### ② Targeting (ターゲット市場選定)

SWOT分析を踏まえて、特に重点を置くべきターゲット市場を選定する。

##### ✓年齢層

若年層に人気の観光地であるが、少子高齢化の進展や自動車離れによって訪問者数が減少することが見込まれる。強みである若年層に加え、弱みである高齢層をターゲットとする。

##### ✓グループ構成と訪問目的

カップル、家族連れ、友人同士のグループという多様なグループが訪問されており、自然体験（海、山など）、レジャー活動（ショッピング、食事、イベント参加）、リラクゼーション（リゾート滞在、スパなど）などの訪問目的があることから、各グループ構成とセットとした訪問目的を対象とする。

##### ✓居住地

引き続き、観光消費が多い県外観光客（国内）、インバウンドとするが、パンデミック等のリスクに備え県内観光客もポートフォリオとして加える。

### ③ Positioning (ポジショニング)

北谷町が目指すべきポジションを以下のように設定する。

#### ✓若者のためのトレンドな観光地

SNS 映えするスポットの提供や、アクティブなアウトドアアクティビティ、地元の若者文化に触れられるイベントを通じて、若者にとって魅力的な観光地としてのイメージを構築する。

#### ✓家族で楽しめる多様な体験が待っている観光地

子供向けの教育プログラム、家族で楽しめるアクティビティ、リラクゼーション施設を充実させ、全世代が楽しめるファミリーフレンドリーな観光地として位置付ける。

#### ✓自然と文化が融合する魅力的な観光地

北谷町の豊かな自然環境と、地元独自の文化や歴史を生かした観光コンテンツを通じて、国内外の訪問者にとってユニークな魅力を持つ観光地としてアピールする。

### 7-2 戦略方針の設定と対応施策案

#### (1) 戦略方針の設定

SWOT 分析、STP 分析の結果を踏まえ、観光戦略の方針を以下のようにする。

#### ■積極戦略

##### ✓デジタルプロモーションの強化

SNS やインターネットを活用したデジタルマーケティングを積極的に展開し、若者や女性観光客にターゲットを絞ったコンテンツを提供することで、より多くの訪問者を引き付ける。

##### ✓新規アクティビティの開発

海や自然を活かしたエコツーリズムや、地元文化を体験できるイベントの開発を通じて、訪問者に新たな魅力を提供する。

##### ✓ガストロノミーツーリズムの促進

地元食材を使用した料理教室やフードフェスの開催を通じて、食文化を前面に出した観光プログラムを強化する。

#### ■改善戦略

##### ✓宿泊施設の多様なプラン設定

ファミリー向け、カップル向け、バックパッカー向けなど、幅広いニーズに応える宿泊プランを提供する。

##### ✓情報提供の改善

観光情報のウェブサイトやアプリの充実、多言語対応を強化し、訪問前だけでなく訪問中の情報アクセスの利便性を高める。

#### ■差別化戦略

##### ✓環境保全型観光の推進

北谷町の自然環境を守りながら観光を楽しむことをコンセプトにした、サステナブルな観光プログラムを開発する。

##### ✓地元文化との結びつき

地元の文化や伝統を生かした体験型観光を強化し、他地域との競争において北谷町独自の魅力を打ち出す。

#### ■致命傷回避・撤退縮小戦略

##### ✓リスク管理の強化

自然災害や経済状況の変動といった外部環境の脅威に備え、観光産業全体でのリスク管理体制を構築する。

## (2) ターゲット向け施策の一例

年齢層向け施策としては、下記のような施策が考えられる。

### ■若年層向け

#### ✓デジタルとソーシャルメディアの活用

北谷町を訪れた際の写真や動画が SNS で共有されやすい、フォトジェニックなスポットを増やし、若年層の訪問意欲を促進する。合わせて SNS キャンペーンやインフルエンサーを活用したプロモーションを行い、北谷町の魅力を積極的に発信する。

#### ✓アクティビティ、イベントの実施

サーフィン、ダイビング、パラセーリングなどのマリンスポーツや、音楽フェス、花火大会など、若年層が参加を楽しめるイベントを、年間を通じて開催するとともに、伝統文化を体験できるプログラムを開発し、参加型・体験型のアクティビティを提供する。

#### ✓エコツーリズムの促進

環境保護への意識が高い若年層にアピールするため、エコツーリズムやサステナビリティに焦点を当てた観光プログラムを開発する。海洋保護活動、ビーチクリーン、自然保護区でのボランティア活動など、環境に優しい活動に参加できる機会を提供する。

### ■高齢者向け

#### ✓健康とリラクゼーションを重視した施設とサービスの提供

自然に囲まれた空間で、健康とウェルネスをテーマにしたスパ施設を充実させ、心身のリラクゼーションに役立つサービスを提供する。

#### ✓自然体験プログラム

ビーチウォーキング、ガーデンツアー、バードウォッチングなど、自然の中で時間を過ごせるアクティビティを提供する。

#### ✓地元のコミュニティとの交流

地元の人々との交流イベントや地域の家庭を訪問するプログラムを通じて、地元の暮らしや文化を体験できる機会によって関係人口を創出する。

## 8章 調査結果の利活用に向けた成果報告会や 事業検討会等の開催

## 8-1 成果報告会（第1回）

### （1）開催概要

成果報告会（第1回）の開催概要は下表の通り。

表 成果報告会（第1回）の開催概要

開催日時	令和6年2月27日（火） 13:00～14:00
実施形態	ハイブリッド形式（対面＋WEB）
開催場所	北谷町商工業等研修施設（ホール）
内容	<p>◆資料説明</p> <p>①観光統計調査の整理                  ②携帯電話GPS調査                  ③訪日外国人に係る調査                  ④観光客満足度・消費動向調査                  ⑤観光産業調査                  ⑥マーケティング分析 等</p> <p>◆質疑応答</p>
参加者数	<p>【対面参加】：8名                  【WEB参加】：8名 計16名</p>

### （2）質疑応答

参加者からいただいた質問とそれに対する回答は下表の通り。

表 質疑応答

質問①	・P10に記載のある観光客の実人数の定義について教えてほしい。
回答①	・250mメッシュに15分以上とどまっている人を「滞在者」として判定しており、滞在者として判定されたユーザー数をカウントしている。
質問②	・日付が変わったら、同一人でも別のカウントとなるか。
回答②	・ユーザー数をカウントしているため、北谷町内で1泊2日されていても、実人数のカウントは「1」となる。
質問③	・日帰りと宿泊者の区分はどのように定義しているか。
回答③	・深夜2～4時に北谷町内に滞在している人を「宿泊者」、そうでない人を「日帰り」としている。
質問④	・北谷フィッシャリーナの滞在人数が多いように感じているが、これはホテルに滞在していて、外に出ない人も含んでいるのか。
回答④	・ご認識の通りである。
質問⑤	<p>・P12に記載のある観光客の実人数について、2019年のデータでは9月が最も多くなっているとのことだが、地元の人間感覚からすると、少し違っているように思うが、地元の人にヒアリング等を行っているのか。</p> <p>・また、OCVBが提供している2019年のデータをみると、3月が最も多</p>



## 8章 調査結果の利活用に向けた成果報告会や事業検討会等の開催

	く、次いで5月となっており、こちらのほうが実際の状況に近いように感じているが、こちらのデータと比較等を行っているのか。
回答⑤	・沖縄観光地域カルテは、利用データが異なるうえ、延べ人数での集計となっており、単純比較が難しいことから、実人数での比較が可能な沖縄県の入域観光客数とも比較を行っている。
質問⑥	・P60に「10月からの調査であるため、マリレジャー関連の目的が低いことが想定される。」と記載があるが、10月でもまだ暑く、「海水浴・マリレジャー」を目的としている人が少ないとは思えない。 ・アンケートを実施した場所によって、回答の傾向が異なっているのではないか。
回答⑥	・アンケートは、アメリカンビレッジのほか、サンセットビーチや宮城海岸、アラハビーチでも実施している。
質問⑦	・P79に「北谷町の豊かな自然環境」と記載があるが、具体的にはどういった自然環境のことか。
回答⑦	・観光客は「きれいな海」を求める方が多いと認識している。
質問⑧	・仕様書で「来街者数の時間帯別の推移」についても収集することとなっていたかと思うが、そうした項目の調査結果はどうなっているか。
回答⑧	・今回の報告会の資料では割愛してしまったが、施設別に分析は行っており、北谷町に提出する報告書では掲載する。



図 報告会（第1回）のようす

## 8-2 成果報告会（第2回）

## (1) 開催概要

成果報告会（第2回）の開催概要は下表の通り。

表 成果報告会（第2回）の開催概要

開催日時	令和6年2月27日（火） 15:00～16:00
実施形態	ハイブリッド形式（対面＋WEB）
開催場所	北谷町商工業等研修施設（ホール）
内容	<p>◆資料説明</p> <p>①観光統計調査の整理</p> <p>②携帯電話GPS調査</p> <p>③訪日外国人に係る調査</p> <p>④観光客満足度・消費動向調査</p> <p>⑤観光産業調査</p> <p>⑥マーケティング分析 等</p> <p>◆質疑応答</p>
参加者数	<p>【対面参加】：4名</p> <p>【WEB参加】：14名 計18名</p>

## (2) 質疑応答

参加者からいただいた質問とそれに対する回答は下表の通り。

表 質疑応答

質問①	<ul style="list-style-type: none"> <li>・P44の訪日外国人の国籍について、2023年はアメリカ人の割合が増えているが、これは軍関係の人が増えていることが影響しているという認識でよいか。</li> </ul>
回答①	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今回利用したデータは、インバウンドを対象にしたデータとなっており、長期滞在者は除外されているため、軍関係の人の増減は反映していないものと認識している。</li> <li>・可能性としては、軍関係の知り合いを訪ねるついでに観光をしているということも考えられる。</li> <li>・国籍に関するデータは、アプリの利用開始時に回答するアンケートデータをもとにしているため、実際の国籍と在住地のアンマッチが発生しているという可能性もある。</li> </ul>
質問②	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人観光客の長期滞在の定義を教えてください。</li> </ul>
回答②	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本国内において31日以上連続してGPSが取得されている人</li> </ul>
質問③	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北谷町内に宿泊されている方が訪問しているスポットが具体的にどこかを把握できるデータは取得しているか。</li> </ul>
回答③	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ご質問のあったデータは取得しており、沖縄県内の主要な観光地との結びつきについて、分析を行っている。</li> </ul>

## 8章 調査結果の利活用に向けた成果報告会や事業検討会等の開催

質問④	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ P81 にこれから北谷町として取り組んでいく施策の例が掲載されているが、これらの施策をどのように実施していこうと考えているか。官民連携して実施していくことも想定されているか。</li> </ul>
回答④	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ターゲット向けの施策については、今回収集したデータをもとに、客観的に考えられる施策・アプローチの一例として挙げさせていただいた。ただ、ご指摘の通り、これらの施策の実行実現性や役割分担等については、全く議論できていないため、今後北谷町役場内にて検討いただくことになる。</li> </ul>
質問⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コロナ禍が落ち着いて、FIBA バスケットボールワールドカップをはじめ、いろいろなイベントが行われるようになってきて、ホテルの稼働率も上がってきている。北谷町内でのイベントだけでなく、沖縄市等でのイベントに伴って、北谷町内の宿泊者も増加していると想定されるため、そうしたイベントにともなう傾向の分析を行うことによるメリットも大きいと思うがいかがか。</li> </ul>
回答⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今回は、コロナ前後の違いを分析するために、2019年と2023年の2時点のデータを利用したが、継続的にデータを取得し、モニタリングできるのであれば、イベントの開催による傾向等も分析できるようになる。</li> </ul>
質問⑥	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ バブル時代を中心に、団体旅行やコンベンションツアーなどが盛んだった。沖縄アリーナが完成したことで、そういった団体旅行等についても、再び盛んになるのではないかと考えているがいかがか。</li> </ul>
回答⑥	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 沖縄アリーナでのイベントだけでなく、MICEの誘致など、世界の都市と競合しながら誘致に取り組んでいるところであるため、団体での訪問者にいかに北谷町に足を運んでもらうかというところも重要な視点であると思う。</li> </ul>



図 報告会（第2回）のようす