

田川地域における観光推進モデルの構築

神崎 聡(こうざき さとし)

Copyright © Since 2005 Kouzakisatoshi.com. All Rights Reserved.

1

田川地域の観光を取り巻く現状(1)

◎ 観光客に関するデータ(1)

□ 観光客は、約75%が50歳以上となっており、年齢層が高い。

- 60歳代以上が約半数。
- 50歳代が2割から3割。

□ 北九州都市圏や福岡都市圏といった比較的近場からの訪問が多く、観光客の約9割が日帰り客で、田川在住者の観光は1割未満である。

- 平日は団塊世代の夫婦(旅行グループの約3割)や母娘が多い。
- 休日は家族(旅行グループの約2割)や若いカップルが多い。
- その合間に旅行会社主催の団体ツアー客が訪れている。

2

田川地域の観光を取り巻く現状(2)

◎ 観光客に関するデータ(2)

- 旅行人数は夫婦や母娘、カップルなどの2人が4割を占めており、ツアーや団体旅行である10人以上は全体の1/4程度を占めている。
- 約7割の観光客が自家用車で訪問し、次に多いのが観光バスによる訪問である。
- 一人当たりの観光消費額は減少傾向にあり、5割弱が5,000円未満の低金額の出費に抑えた旅行となっている。
- 観光情報の入手先は、テレビ、ラジオ、新聞が4割強であるが、一方で、知人からの口コミやインターネットで情報収集してからの訪問も多い。

3

田川地域の観光が抱える問題点

○ 観光における改善ポイント

観光情報が分散して集約されていないので、情報収集がしにくく、結果として観光名所がアピールできていない。



観光地周辺の駐車場や観光案内サインの整備が不十分。

- 観光コースが充実していないので、観光客の顧客化が困難
- 観光地を周遊させるための仕組みが出来上がっていない



お金を使う場所や仕組みが整備されていないので、立ち寄り型の観光スタイルに終始し、田川地域内でお金を使うシステムができていない。

- 観光客を顧客化させるための仕組みづくりが必要



4

観光面における問題解決策

○ ICTを利用した問題解決策

① 効果的な情報配信体制の構築

- ❖ 田川地域の観光情報をポータルサイトに集約して情報配信。
- ❖ 外国人観光客の集客のために多言語化対応。
- ❖ 属性情報に応じたオススメの観光ルート提案機能を実装。
- ❖ ユーザー層を分析したうえでの各種情報端末への対応。

② 観光客顧客化のための地域通貨発行

- ❖ 観光ルートを周遊したり、イベントに参加したり、買い物することでポイントを付与。
- ❖ 付与されたポイントは、買い物時に利用可能な地域通貨との交換が可能。

5

効果的な情報発信体制の構築

◎ 効果的な情報発信の概要

① 官民の情報を集約した観光系ポータルコンテンツの提供

- ❖ 属性情報にマッチングしたオススメ観光ルート の提案。

② 多言語化による国際化への対応

- ❖ 少なくとも、日本語、英語、韓国語、中国語での対応は必須。可能であれば繁体文字と簡体文字にも対応。

③ ターゲット層に合わせた情報チャネルの提供

- ❖ 団塊世代の夫婦には、パソコンと携帯電話でアプローチ。
- ❖ 母娘などの女性グループや若いカップルには、携帯電話でアプローチ。
- ❖ 海外からの観光客には、WiFi端末とパソコンでアプローチ。

6

観光客顧客化のための地域通貨発行

○ 観光地としてのブランド化の概要

- ① 観光周遊ルートの提案とプロモーション
 - ② 観光地を活用したイベントの企画
 - ③ 観光地周遊ルートを廻ることで地域通貨を発行
 - ④ 各種イベントに参加することで地域通貨を発行
 - ⑤ 美化運動への参加など地域貢献することで地域通貨を発行
 - ⑥ 市内の商店で買い物をした際にも地域通貨を発行
- 観光地をターゲットにした写真（絵画）コンテスト
 - 観光地周遊スタンプラリー
 - 住民参加型イベント（観光地周辺の美化運動など）
 - 観光ガイド育成講座
 - 田川観光検定テストの企画、実施