

「地方創生カレッジ in 安房」の成果のポイント

1. テーマ

千葉県安房エリア(安房エリア)でのさらなるデータ活用を推進するべく、マーケティングやデータについてeラーニングで学んだ後、自然・文化・食などの地域資源を活かしながら、データに基づく現状分析を行い、回遊促進・滞在価値向上・季節平準化を目指して、実現できる人材の獲得と仕組みづくりを目的として、ターゲット層の抽出や地域の新しい魅力を洗い出す。受講者自身がデータに基づいた地域の魅力の再確認・発掘とモデルルート検討のプロセスを辿ることにより、次年度事業への活用、地域での継続したデータ活用と人材育成へと繋げる。

2. 現状と問題点

1. 観光需要の課題として、宿泊数はコロナ後回復傾向にあるが、コロナ前水準には未達。夏季偏重で季節変動が大きく、滞在時間が短く、周遊が限定的(特定スポット集中)である。
2. 地域構造の課題として、高齢化率が高く、生産年齢人口が減少傾向。行政域を越えた広域連携が十分とは言えない。交通アクセスや情報発信の改善余地がある。
3. マネジメント上の課題として、データ活用の重要性は理解されているが、実際に分析・解釈する経験が不足しており、データを施策に落とし込むプロセスが未確立。ターゲット設定や市場別分析が精緻化されていない。

3. 目指すべき方向性、その実現に向けた具体的施策

目指すべき方向性は、データドリブンな観光地域経営への転換、回遊・滞在型モデルへの転換、広域連携によるエリア価値の最大化、季節平準化と高付加価値化の実現である。その実現に向けた具体的施策は、データ活用基盤の強化を図り、RESAS・人流データ・属性データを活用し、訪問時期別・市場別分析の実施し、周遊マップの可視化、データ読み取りワークショップの継続実施することである。また、回遊促進施策として、スポット間ストーリーを設計し(自然×食×文化)、隠れた資源の再発掘、滞在型コンテンツの開発(体験・温泉・空き家活用等)を行うことも重要な施策となる。本講座では、データ分析と先進事例の発表等、人流データ等から受講者自身がモデルコース等を検討するプログラムを提供した。

4. 今回の講義やワークショップ、ディスカッションを通じて得た気づき

今回の研修で得た学びとして、

●人流データをスポットごとに比較するグループワークでの、主な気づきは以下のとおり

データ活用の重要性について、ビッグデータでリアルな数字が取れることを認識 ・観光施策の議論では主観や経験則に頼りがちだが、データを元に共通の尺度を使うことが重要 ・数字にこだわりすぎず、現場の感覚も大事にすることが印象的だった ・データから仮説を導き出し、その仮説検証にもデータが使えることが参考になった。

●事例発表及びパネルディスカッション等での、主な気づきは以下のとおり

事例発表では、各地域の取り組みから新しい気づきが沢山あった。 ・観光資源があっても、お金と知恵を投入して「観光対象」にする努力が必要で、周囲を巻き込む際の説得材料として参考になった。 ・市町村内の滞在時間延長と安房地域内の周遊性向上を明確に区別 ・ターゲットを設定し、それぞれに適した取組が必要 ・リピート率向上のため、地域住民の価値観や愛着を深める取組が必要 ・熱量を持ったコーディネーターが必要 ・理論だけでなく実行力を持つ人をどう見つけ、育てるかがポイント。

地域の現状と課題

宿泊需要の低迷

コロナ前水準まで未回復。
観光消費の伸び悩み継続

季節偏在

夏季集中・閑散期の集客不足
年間需要に大きな波

滞在時間の短さ

日帰り客が多く
宿泊・消費拡大に課題

広域周遊の不足

エリア内連携・回遊動線の
形成が未整備

データ活用の実践不足

重要性は認識されているが
実践機会が不十分

安房エリアの地域資源

海岸景観

里山

食文化

温泉

花卉

自然体験

道の駅

観光施設

研修プロセス（3ステップ）

STEP 0 事前学習：地方創生カレッジで基礎知識を習得

eラーニング講座受講

Digi田甲子園優良事例イ
ン
プット

ビデオライブラリー

観光データ分析の基礎知識

計画策定の基礎習得

第1回 安房エリアの現在地と未来の可能性をデータから考える

1/28

講義・人流データ・RESAS
分析

観光客属性・周遊傾向の
可視化

地域資源の現状分析

グループワーク

既存資源の再評価

新たな滞在コンテンツの
可能性検討

第2回 先進事例から得る未来へのヒント

2/4

熱海・釜石・温泉地 先進
事例発表

パネルディスカッション

地域連携・体験型コンテン
ツ造成実践

デジタル活用の習得

滞在価値創出ワーク総括

期待される成果（アウトカム）

事業立案への反映

研修成果をDMO・行政の観光振興
施策・計画に直接反映

年間需要の平準化

閑散期集客策・通年型コンテンツ
造成による季節格差の解消

高付加価値化

体験型・滞在型コンテンツ開発で
消費額・滞在時間を向上

広域周遊の促進

4市町連携による回遊動線の形成
安房エリアブランドの確立

官民連携ネットワーク強化

行政・DMO・民間の協働体制定着
継続的な推進力の確保

最終目標
持続可能な観光地域づくりの実装
安房エリアの観光ブランド確立