

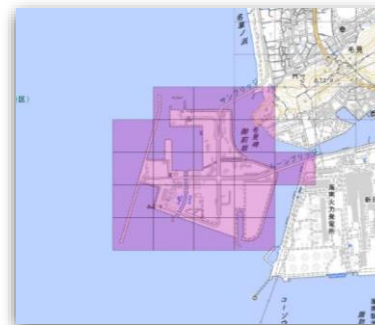
# 位置情報データを活用した観光客動態調査業務 結果報告

市内23か所の観光スポットを訪れた人（市民含む）の性別・年代・居住地と、市内周遊状況を調査

## 調査に活用したデータ

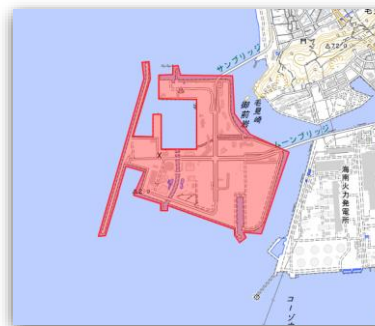
対象	使用データ	データ概要	抽出期間	抽出範囲
日本人	 KDDI Location Data (以下、KLDと表記)	KDDI株式会社の提供するGPSデータ。 250mメッシュごとの移動・滞在人口を性別、年代別、居住地別で拡大推計した移動滞在データと、特定メッシュ間の移動人数を拡大推計したODデータ、及び、特定メッシュごとの滞在時間をクロス集計した滞在時間データを利用。		和歌山市全域の移動滞在データ、メッシュ間移動データ、滞在時間データを抽出
	 SNS解析データ	TwitterおよびTwitterに紐付けられたInstagramからデータを取得し、投稿施設名や緯度経度を解析。移動や滞在だけでなく、調査対象となる場所での活動や投稿などの定性的な情報が把握できる。	2019年1月1日から 2019年12月31日まで	和歌山市全域および和歌山市内で投稿したユーザーの和歌山県内の投稿を抽出
訪日外国人	アプリGPSデータ	アプリ開発会社が提供する手帳アプリのログデータを使用。 概ね15分周期で利用ユーザーの位置データを取得。利用登録時に国籍を登録するため、国籍別の分析が可能。		和歌山市全域のログデータを抽出

### <日本人>



250mメッシュ単位で調査範囲を定義し、観光スポットに対応するメッシュ内に15分以上滞在したユーザーを滞在者として定義。  
 ※滞在人数が一定人数未満の場合はデータが秘匿化され、0名とカウントされる（個人情報保護の観点）

### <訪日外国人>



訪日外国人分析に用いるデータは緯度経度単位での表示になるため観光スポット内に15分以上滞在したユーザーを観光スポットへの滞在者として定義。

## 調査対象スポット

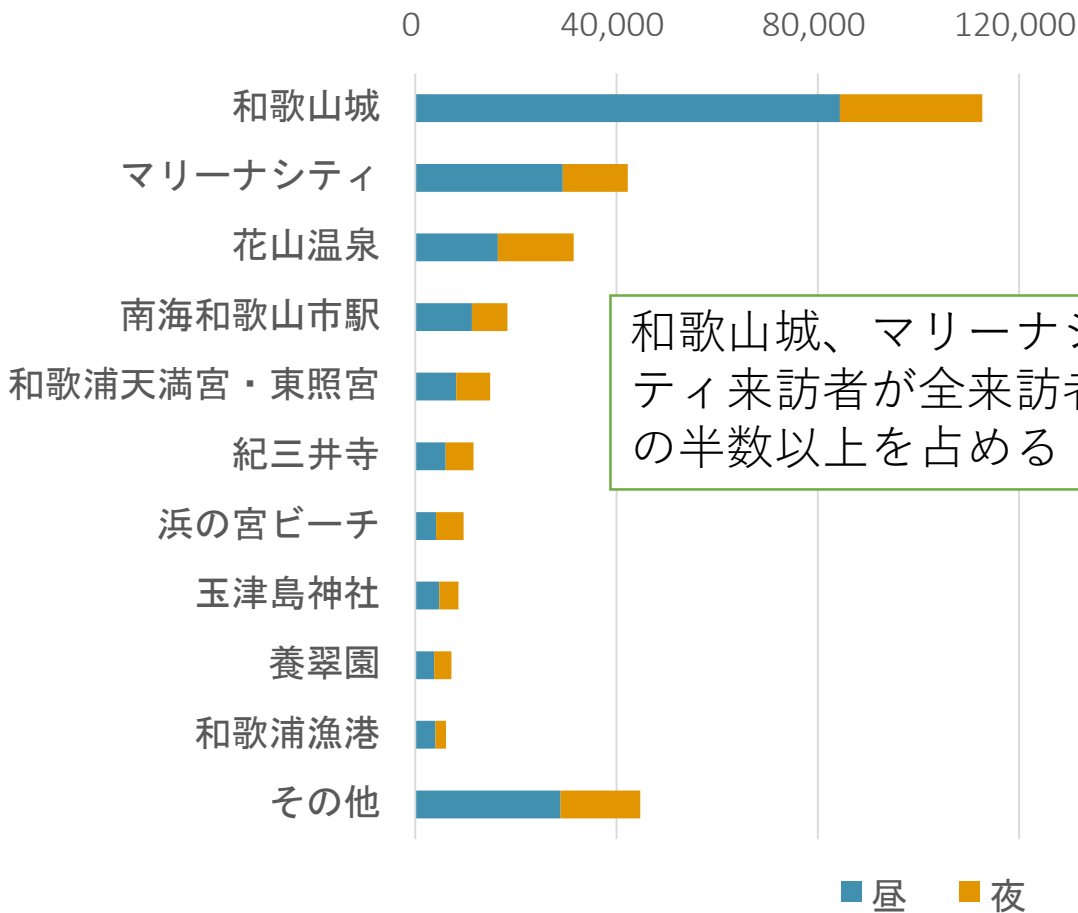
スポット名	日本人	外国人	スポット名	日本人	外国人	スポット名	日本人	外国人
友ヶ島	○	○	四季の郷公園	○	-	玉津島神社	○	○
淡嶋神社	○	○	伊太祁曽駅	○	○	不老橋	○	○
加太海水浴場	○	○	養翠園	○	○	片男波海水浴場	○	○
磯ノ浦海水浴場	○	-	番所庭園	○	○	紀三井寺	○	○
南海和歌山市駅	○	-	雑賀崎灯台・雑賀崎漁港	○	-	浜の宮ビーチ	○	○
和歌山城	○	○	浪早ビーチ	○	○	マリーナシティ	○	○
花山温泉	○	○	和歌浦漁港	○	-			
紀伊風土記の丘	○	○	和歌浦天満宮・東照宮	○	○			

## 調査項目

項目名		日本人	外国人
市全体来訪者概況	月別来訪者数	○	○
周遊状況	市内周遊状況	○	○
観光スポット・エリア別の来訪者層	性別	○	-
	年代	○	-
	年代×性別	○	-
	居住地	○(市町村)	○(国籍)
	滞在人口×SNS投稿数	○	-
	平均滞在時間×滞在人数	-	○

# ①日本人来訪者概況

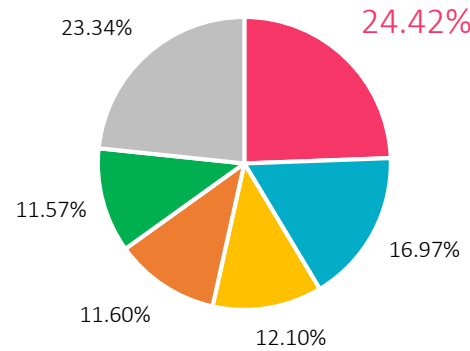
滞在者数



和歌山城、マリーナシティ来訪者が全来訪者の半数以上を占める

流入・流出状況

マリーナシティからの移動先

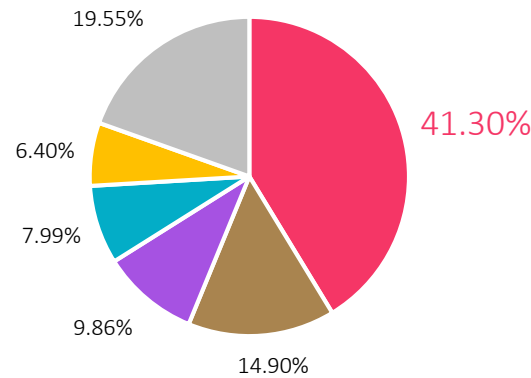


マリーナシティ来訪者は多いが、マリーナシティのみ来訪し、帰っている可能性がある

マリーナシティからの移動先として、紀の川SAへ直行しているケースが最多。

- 紀の川SA
- 紀三井寺
- JR和歌山駅
- 和歌山城
- 玉津島神社
- その他

紀の川SAからの移動先



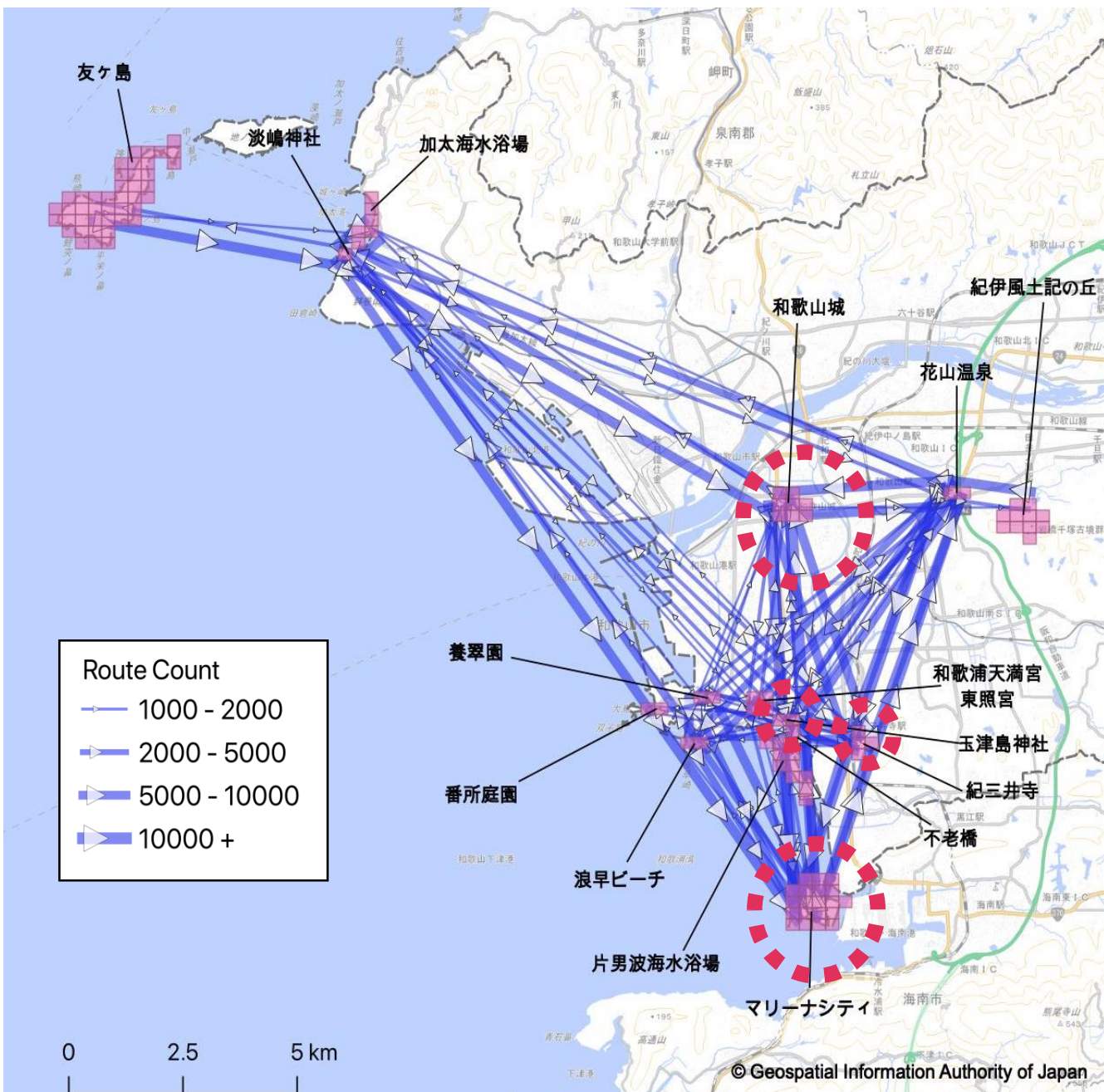
紀の川SAからの移動先として、マリーナシティへ直行しているケースが最多。

- マリーナシティ
- 和歌山市駅
- 花山温泉
- 紀三井寺
- JR和歌山駅
- その他

状況 : 訪問箇所が和歌山城とマリーナシティに偏っている

考えられること : 和歌山城やマリーナシティへの来訪が、他の観光地へ波及していないのでは？

## ②日本人周遊状況



発地	着地	推定移動人口
マリーナシティ	紀三井寺	59472.90
紀三井寺	マリーナシティ	46068.50
玉津島神社	マリーナシティ	42010.80
マリーナシティ	玉津島神社	41296.40
マリーナシティ	和歌山城	39891.50
淡嶋神社	加太海水浴場	36303.50
和歌山城	マリーナシティ	36239.50
加太海水浴場	淡嶋神社	34102.40
不老橋	玉津島神社	27603.70
玉津島神社	不老橋	25617.20

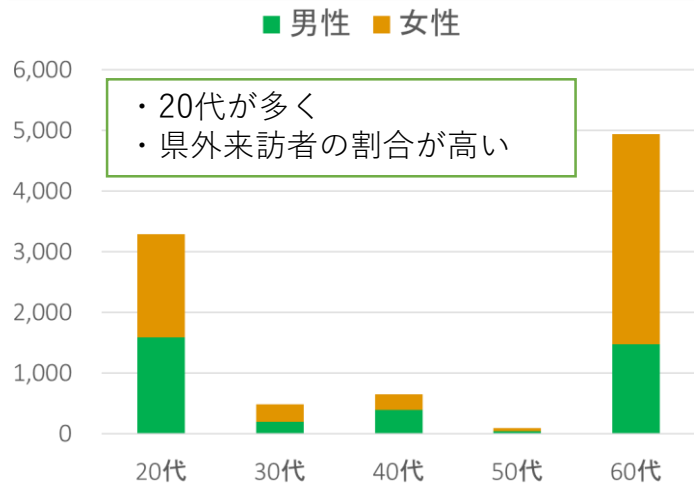
※拡大推計値を使用しているため、小数点第2位まで表示

状況：マリーナシティ⇔紀三井寺・玉津島神社・和歌山城の傾向が強くみられる。加太方面への周遊が少ない。

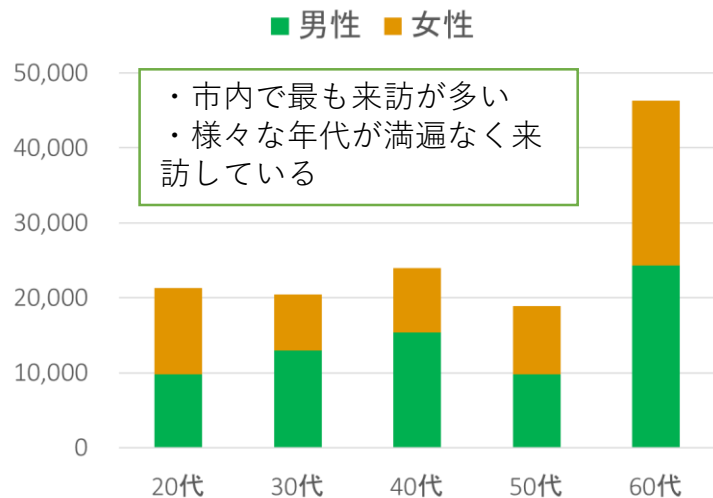
考えられること：認知不足、魅力度が期待値に届いていない、アクセス利便性の課題

### ③観光スポット・エリア別来訪者層

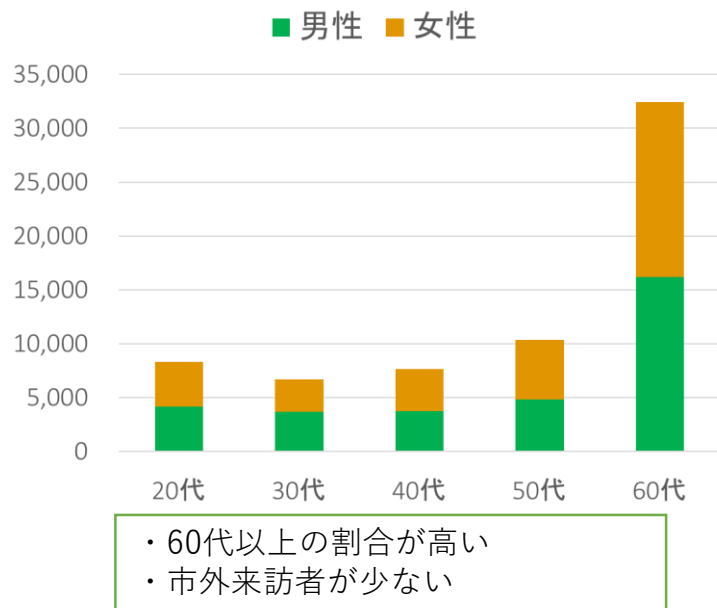
#### 加太エリア



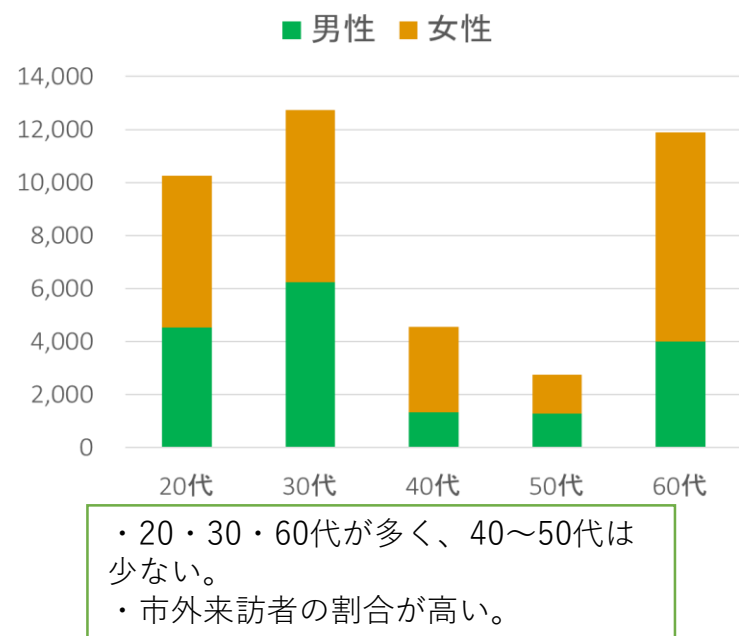
#### 和歌山城エリア



#### 和歌の浦エリア



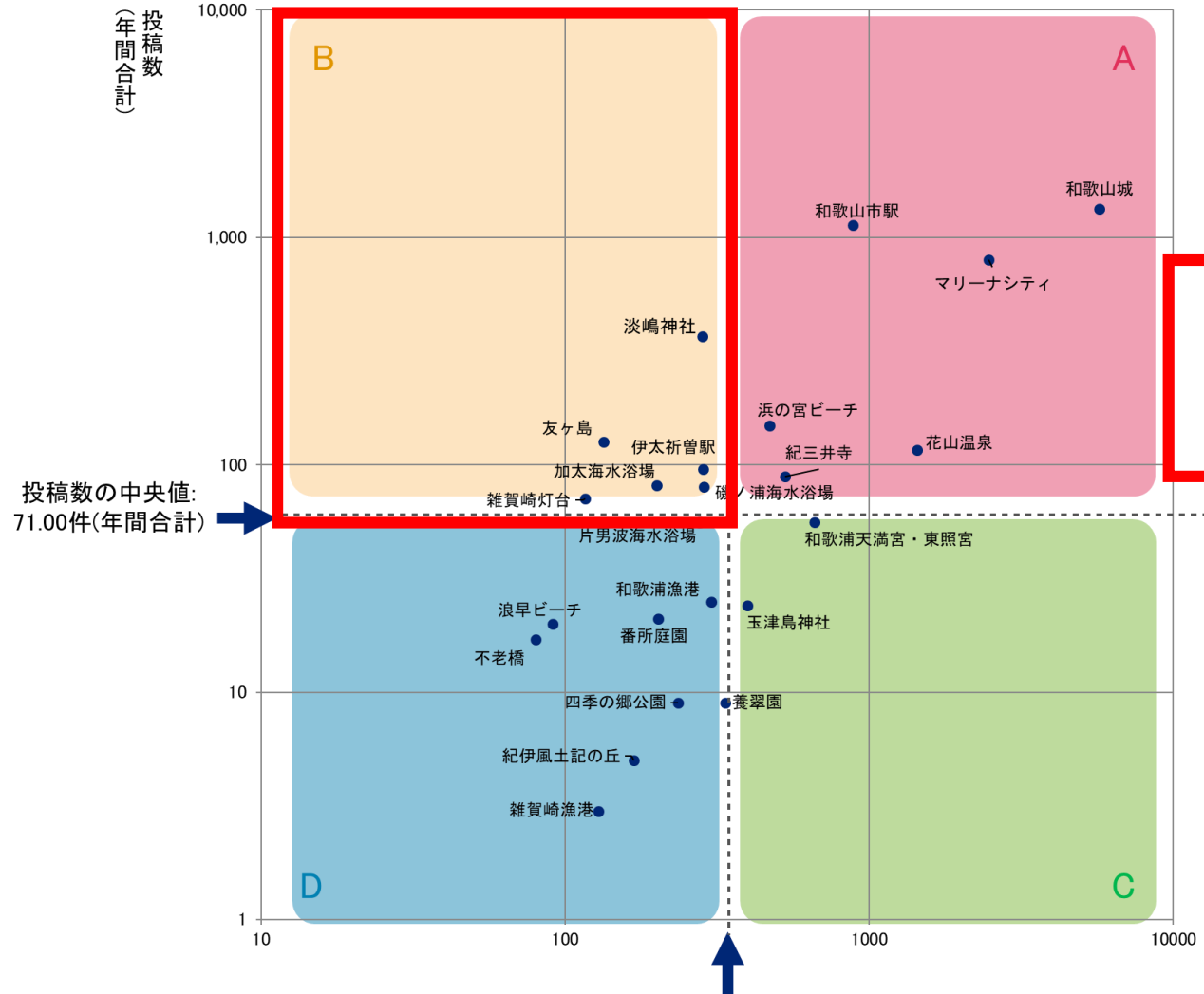
#### マリーナシティエリア



	市内来訪が多い	市外かつ県内来訪が多い	京阪神からの来訪が多い	京阪神以外からの来訪が多い
友ヶ島			○	○
淡嶋神社			○	○
加太海水浴場			○	○
磯ノ浦海水浴場	○		○	
南海和歌山市駅			○	
和歌山城	○			
花山温泉	○			
紀伊風土記の丘	○			
四季の郷公園	○			
伊太祁曽駅	○			
養翠園	○			
番所庭園	○			
雑賀崎灯台	○			
雑賀崎漁港	○			
浪早ビーチ			○	
和歌浦漁港	○			
和歌浦天満宮・東照宮	○			
玉津島神社	○			
不老橋	○			
片男波海水浴場	○			
紀三井寺	○			
浜の宮ビーチ	○			
マリーナシティ			○	○



# ④日本人クロス分析（滞在人口×SNS投稿数）



※観光スポットとして定義したメッシュ内の投稿を、観光スポットにおける投稿として集計。

**A**  
投稿・滞在共に多い

投稿数・滞在人口共に多い観光スポット。  
すでに観光スポットとして訴求されており、魅力度も比較的高いと言える。  
和歌山城、マリーナシティ、紀三井寺など、観光スポットとして定番のスポットが該当する。  
また、交通機関である和歌山市駅も該当した。

**B**  
投稿多いが滞在少ない

滞在人口は少ないものの、投稿数が多い観光スポット。  
観光スポットとしての知名度は高くないが、魅力度が高く、プロモーション次第では来訪者が増える可能性が高いと言える。  
友ヶ島、加太海水浴場、雑賀崎灯台、淡嶋神社、伊太祈曽駅などが該当。

**C**  
滞在多いが投稿少ない

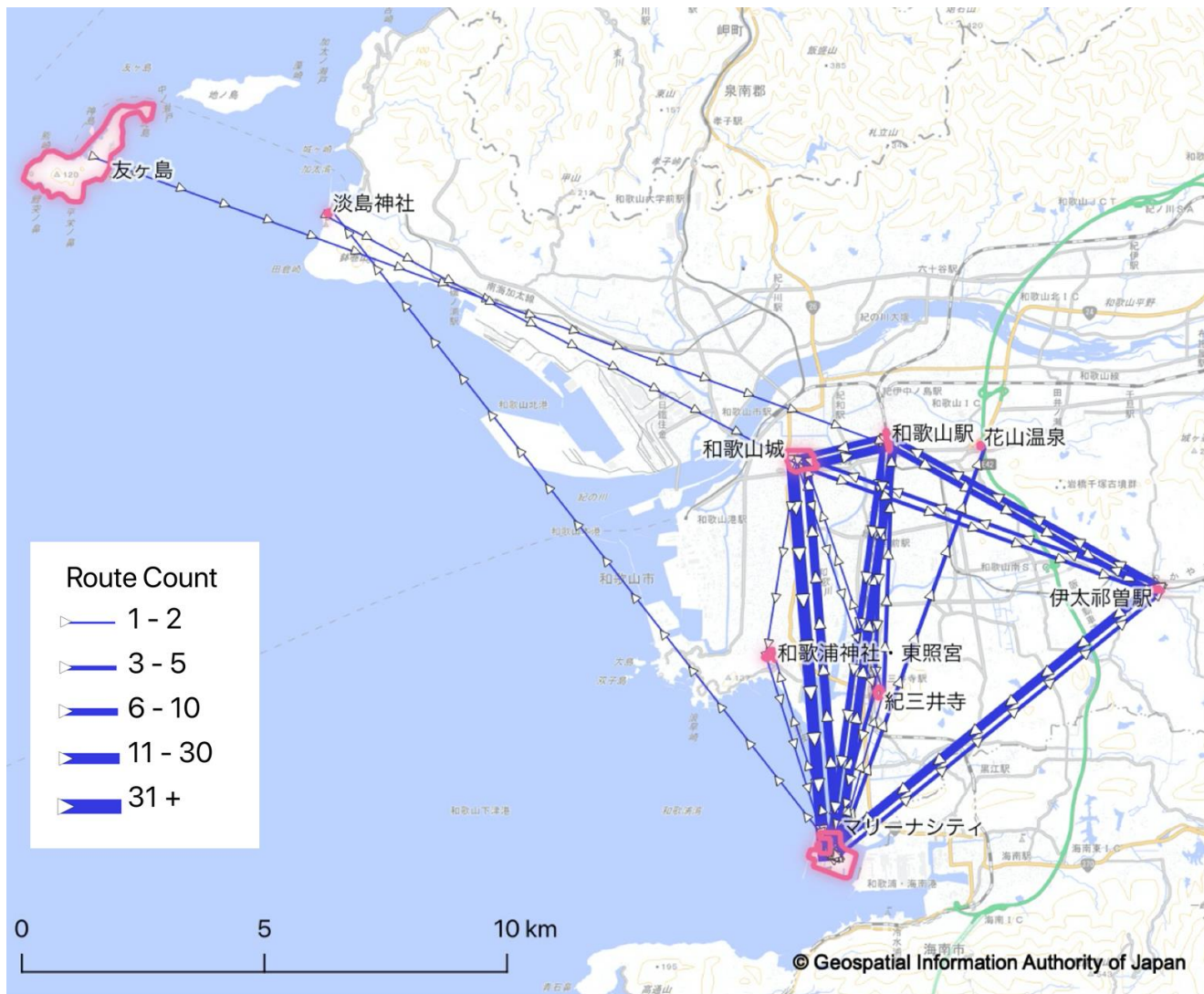
滞在人口は多いものの、投稿数が少ない観光スポット。  
知名度は比較的高いが、一方で訴求力に課題があるため、調査等を通じて課題を洗い出す必要があると言える。  
和歌浦天満宮・東照宮、玉津島神社、養翠園、和歌浦漁港などが該当。

**D**  
投稿・滞在共に少ない

投稿数・滞在人口共に少ない観光スポット。  
知名度、訴求力共に課題があると言える。  
浪早ビーチ、不老橋、番所庭園などが該当。  
ただし、浪早ビーチはDグループの中では最も投稿数も多く、魅力のあるコンテンツも存在すると言える。

滞在が少ない一方、投稿数が多いスポットは、プロモーション次第では、来訪者増が見込める。

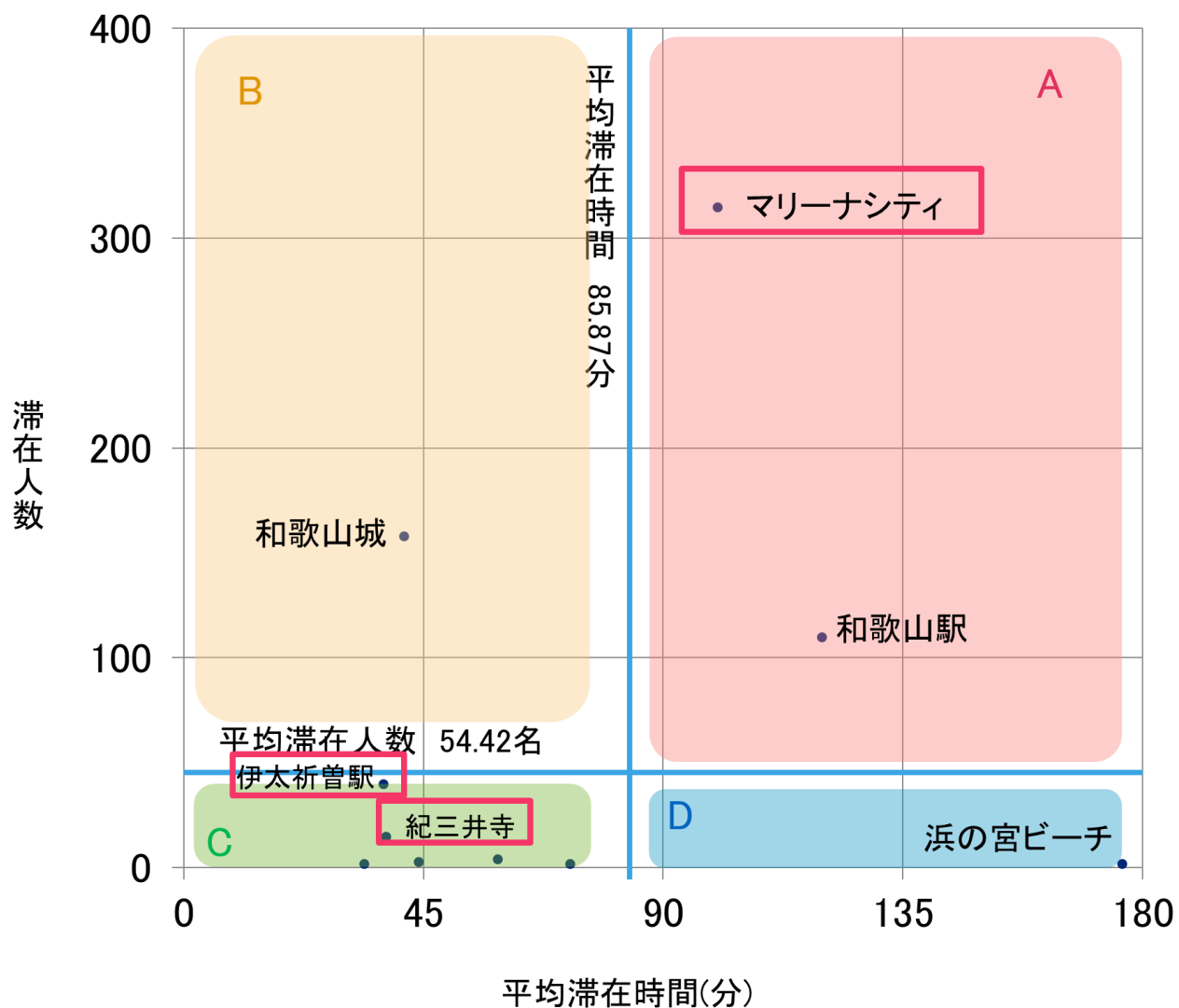
## ⑤外国人周遊状況



発地	着地	移動のべ人数
和歌山城	マリーナシティ	41
マリーナシティ	和歌山城	26
マリーナシティ	和歌山駅	21
和歌山城	和歌山駅	12
伊太祁曽駅	マリーナシティ	11
和歌山駅	和歌山城	10
和歌山駅	マリーナシティ	9
伊太祁曽駅	和歌山駅	7
和歌山駅	伊太祁曽駅	6
伊太祁曽駅	和歌山城	5
マリーナシティ	伊太祁曽駅	5

状況：和歌山城⇄マリーナシティの移動が最多

## ⑥外国人マトリクス分析（滞在時間×滞在人数）

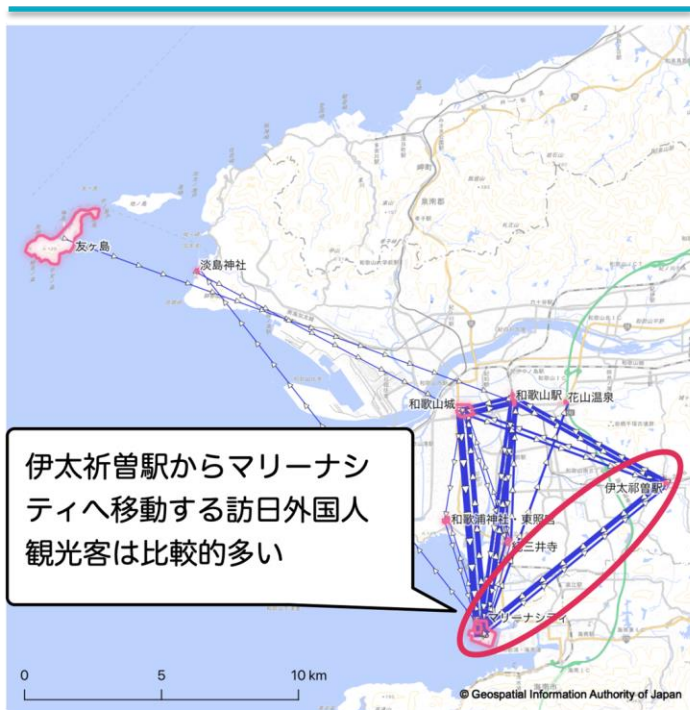


A	<ul style="list-style-type: none"> <li>滞在人数も多く、滞在時間も長いスポット。マリーナシティと和歌山駅が該当。</li> <li>交通施設でない場合は、訪日外国人観光客に対して引き続き訴求すべきスポットと言える</li> </ul>
B	<ul style="list-style-type: none"> <li>滞在人数は多いが、滞在時間が短いスポット。和歌山城が該当。</li> <li><u>イベント等、滞在時間を増やす施策を実施することが望ましい。</u></li> </ul>
C	<ul style="list-style-type: none"> <li>滞在人数も少なく、滞在時間も短いスポット。伊太祈曽駅、紀三井寺などが該当。</li> <li>本来ポテンシャル面で厳しいエリアと言える。<u>グループ内で比較的滞在人数の多い、伊太祈曽駅、紀三井寺に関しては、訪日外国人観光客への周知やイベントの実施により、滞在者および滞在時間を向上させられる可能性がある。</u></li> </ul>
D	<ul style="list-style-type: none"> <li>滞在人数は少ないが、滞在時間が長いスポット。浜の宮ビーチが該当。</li> <li>魅力のあるコンテンツがあるエリアの可能性が高いといえる。そのため、本来は訪日外国人観光客への周知を行うべきだが、今回のケースでは滞在人数が2人と少なく、信頼性の面では劣る。</li> </ul>

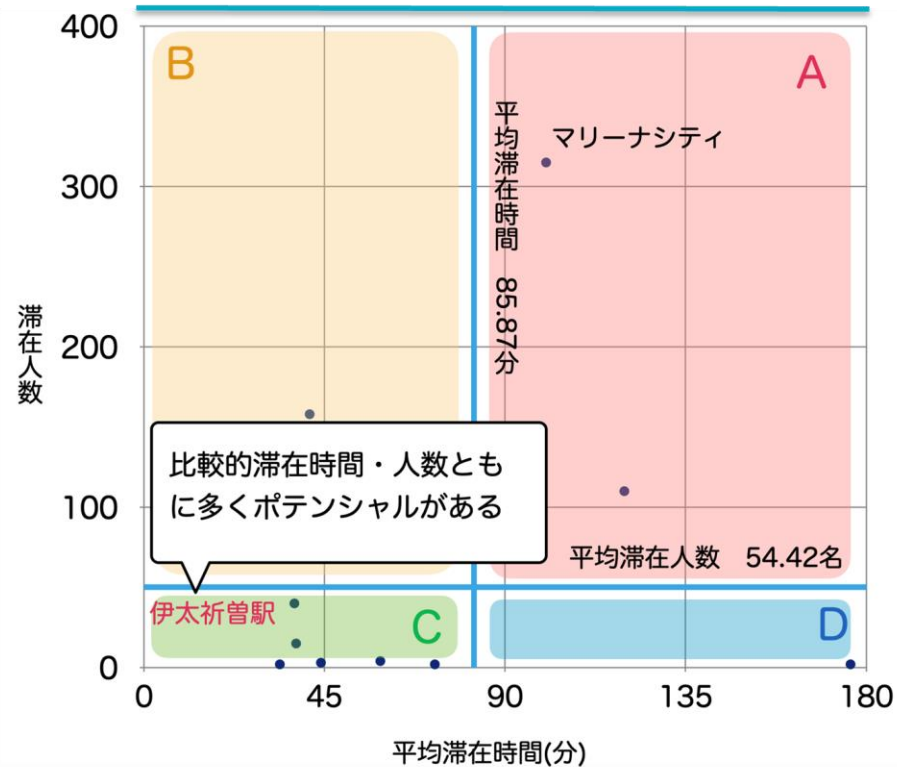


## ⑦外国人状況まとめ

### 周遊状況



### ポテンシャル



### 実際のアクセス

#### ■車で移動した場合



▶約20分で到着

#### ■公共交通機関で移動した場合



▶約1時間で到着

※Google MAPの経路検索より。平日のダイヤで調査。

東西移動での交通利便性が低い。  
例えば、マリーナシティ-伊太祈曽駅間は、周遊人数が多く、ポテンシャルがある一方、アクセス面に課題がある。

## 調査結果から明らかになった課題

### 日本人

① 訪問エリアに偏りが存在

③ ポテンシャルの高いエリアが存在

### 訪日外国人

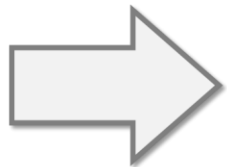
② 訪問エリアに偏りが存在

- ・市街地—和歌浦・マリーナシティ間の周遊・滞在：多
- ・他エリア：少

④ 東西移動での公共交通の利便性が低い

⑤ 土産・物販店、現地の観光案内、文化・レジャー体験の満足度が低い

- ・日本人・訪日外国人ともに相対的：低



考えられる理由

- ✓加太・和歌の浦エリアが観光地として認知されていない（認知不足）
- ✓各エリアでのコンテンツ面（魅力度）の不足による離脱（魅力度発信不足）
- ✓移動時間や公共交通などのアクセス面で離脱（アクセス性改善余地あり）=⑤に直結
- ✓現地付近での駐車場などのハード面で離脱（現地整備余地あり）

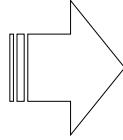
→最終的な目標は、「加太」や「和歌の浦」を目的とした観光客の増加を目指す

# 戦略への反映アイデア

## ①コンテンツマーケティングの活用

コンテンツマーケティングの全体像

- 1.ペルソナを設定する
- 2.カスタマージャーニーを立てる
- 3.オウンドメディアの展開
- 4.キーワードを選定する
- 5.コンテンツの作成
- 6.コンテンツSEOを実施
- 7.競合のメディアを分析してコンテンツを編集
- 8.効果を測定する
- 9.ブランディング



和歌山市での活用案として、3つのターゲットを設定し、各ターゲット別の施策を提案

### ① 20～30代女性

日頃の疲れを癒すため、週末、海に行きたいと考えている人や、友ヶ島を目的に来訪する人を想定。

### ② サマータイムレンダの読者層

加太や友ヶ島を舞台にした漫画「サマータイムレンダ」のファンによる聖地巡礼を想定。

### ③ 60代男女

京阪神在住、60代夫婦、近場でゆっくり温泉に入りたい人、歴史好きの人を想定。

詳細は、結果報告書p.71～p.78をご覧ください

## ②関係人口の創出による長期滞在強化

「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す。

地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面する中、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されている。

長期滞在 = 周遊促進につながる + 宿泊含め観光消費額の拡大につながる



ワーケーション・アドレスホッパー需要を取り込んではいかがでしょうか？

詳細は、結果報告書p.79～p.81をご覧ください