

観光で稼ぐ！ための手引書 観光消費の拡大と域内経済の波及をめざして

STEP 1 地域みんなで考える“場づくり”

Q：既に地域の各産業が参加する観光振興のための会議体がある ⇒ STEP2 へ

ある ⇒ STEP2 へ

ない ⇒ 手引書 P15 へ



①人を集めるために準備する

- ・なぜ観光振興をするのか
- ・数字で根拠付ける



②地域の関係者をリストアップする

- ・各産業の有力者を知る
- ・それぞれの関係性を知る

各STEPで必要に応じて新メンバーを招集する

会議の場づくりにはパターンがあります。地域の実態に則したパターンを例示しています。

③戦略会議と検討会議を設定する

- ・核となるメンバーを集めた（戦略会議）
- ・幅広く意見を聴取し、地域のコンセンサスを確認する（検討会議）

会議を開催する上でのワンポイントアドバイス(配慮する事項)を掲載しています。

STEP 7 効果・検証を図る“戦略の改善（PDCAサイクル）”

手引書 P73 へ

STEP 6 具体的な取り組みを検討する“事業の具体化・策定”

Q：既に地域が実施すべき具体的な事業が決まって

いる ⇒ STEP4 へ

いない ⇒ 手引書 P63 へ



- ①ペルソナ像を設定し、事業を検討する
- ②検討した事業を【4P・4C分析】する
- ③実行するためのヒト・モノ・カネを検討する
- ④事業毎のKPIを設定する



KGIから考えるKPIの検討方法、設定例を本編にまとめています。

STEP 5 稼ぐ戦略を考える“基本的な戦略の検討”

Q：既に地域がとるべき戦略の方向性やターゲットが定まって

いる ⇒ STEP4 へ

いない ⇒ 手引書 P53 へ

		観光客の数	
		多い	少ない
観光資源・イメージの強さ	強い	リーダー（同質化戦略、全方位・フルライン戦略）	ニッチャー（集中・差別化戦略）
	弱い	チャレンジャー（差別化戦略）	フォロワー（追随とおにぼり戦略）

- ①観光市場を分析する【3C分析】
- ②地域の環境要因を分析する【SWOT分析】
- ③戦略の方向性を定める4つのマトリクス
- ④ターゲットを明確にする【STP分析】



「稼ぐ」戦略を練るために必要な各種マーケティング分析の手法を本編で説明しています。

◇「稼ぐ観光に向けたチェックリスト」も併せて確認してみましょう◇

～データに基づき観光施策を作り上げる“7つのステップ”～

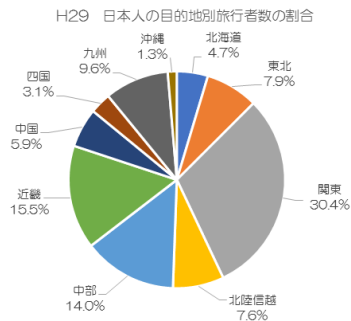
STEP2から
はじめてもOK

STEP2 地域の現状を知る“地域の現状把握（データの収集・分析）”

Q：既に地域の状況を把握するためのデータの収集・分析が

ある ⇒ STEP3へ

ない ⇒ 手引書 P25 へ



①日本全体の傾向を掴む

- ・北海道は他の都道府県と比べて…
- ・日本人・訪日旅行者のお金の使い道は…

②北海道全体の傾向を掴む

- ・観光客は、どこから来ているのか…
- ・何を求め、いつどこに行き、何を消費しているか…

③自分の地域の傾向を掴む

- ・自分の地域は、北海道全体や周辺と比較して何が強い？何が弱い？
- ・実際の来訪者に聞いてみよう。
- ・地域の産業構造を把握しよう。



どんなデータが、どのホームページに掲載されているかまとめています。

アンケート調査の手法や、類似事例・周辺地域の情報の収集方法をまとめています。

STEP3 地域の魅力を発見する“地域資源・コンテンツの調査・評価”

Q：既に地域資源・コンテンツの整理・評価をして

いる ⇒ STEP4へ

いない ⇒ 手引書 P41 へ



①意見やアイデアを洗い出す

②地域資源・コンテンツの魅力・強みを評価する



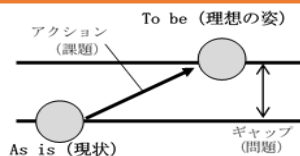
各資源・コンテンツ評価に有効なVRIO分析（Value（経済価値）、Rarity（希少性）、Intimitability（模倣困難性）、Organization（組織））について、本編で説明しています。

STEP4 みんなで描こう“地域の理想の姿の構築”

Q：既に地域で観光振興によって目指す姿・目標が定まって

いる ⇒ STEP4へ

いない ⇒ 手引書 P47 へ



①既に地域にある計画を確認する

②観光振興のメリットを共有する

③理想の姿（地域のあり方）を話し合う

④KGIを設定する



理想と現状の比較による課題の可視化の手法や、KGI設定の考え方について、本編にまとめています。

資料編には、各分析のワークシート、アンケート用紙のサンプルを掲載しています。また、別添の冊子には、経済波及効果の「見える化」の分析手法が解説しています。