

群馬県外国語版観光情報サイト 新構築に向けた戦略策定

インバウンドサイトの構築に必要な戦略策定コンサルティング



事業名

群馬県外国語版観光情報サイト新構築に向けた戦略策定

発注者

群馬県 観光局観光物産課

受託年度

令和元年度

提供サービス

インバウンド戦略策定

現状調査・課題特定

独自調査・分析

成功する自治体インバウンドサイトが構築前に行うこととは？

ファンキー・コープでは、地方自治体がインバウンド向けの多言語サイトの構築を行う際、最初に取り組むべきこととして、中長期的なインバウンド戦略策定をご提案しています。

令和元年度に実施された「群馬県外国語版観光情報サイト新構築に向けた戦略策定業務」では、次年度に控えた新サイトの構築を前に、中長期的なインバウンド戦略を検討するコンサルティングを実施しました。データ分析や独自のリサーチによる現状調査から、課題特定、アクションプランの立案まで、地域ブランディングの中核を担う公式インバウンドサイトの構築に必要な戦略策定支援の事例をご紹介します。

徹底的な現状調査で、群馬県の強みを浮き彫りに

群馬県のブランドイメージ向上と、外国人観光客数および県内観光消費額の増大を目的にしたサイト構築の第一歩となる本事業。弊社チームがまず取り組んだのは、情報発信ターゲットを特定するための現状調査でした。

訪日インバウンド関連の調査データを活用し、日本および群馬県を訪れる外国人観光客の動向から国別の訪客数、観光消費額、支出費目等を二次分析した上で、対象を3つのグループに分類。群馬県の観光サイトが注力すべき国・言語、優先度を特定しました。さらに、現行サイトの言語別ページの利用状況を調査し、国別の主要検索キーワードを認識することで、市場別の課題を特定しています。

本事業において最も力を入れた取り組みが、群馬県が積極的に発信すべき観光資源の明確化を目的にした、外国人評価者によるエキスパートレビュー。

メインとなったのは、47都道府県の観光資源比較調査と近隣競合県との競合分析です。24の評価項目を独自に設定し、他の都道府県に対して、相対的に強みを発揮できる観光資源を導き出し、群馬県が発信すべき観光資源として「自然（スキー・ハイキング）」「温泉」「各種屋外アクティビティ」を選定。さらに、群馬県内の136の観光資源評価によって、外国人観光客が訪県を検討する際の主目的となり得る12カラーコンテンツの選定も実施しました。外国人視点の客観的なデータに基づいた精緻な分析は、事業報告会で知事からも高い評価を受けています。

国際競争力のある独自性を生かした情報設計とコンテンツ企画

これらの現状調査や、現行サイトと国内外ベンチマークサイトのヒューリスティック評価による課題特定を踏まえ、新サイトのコンテンツ戦略を提案。カラーコンテンツを含むガイド／ストーリー記事を介して、近隣または関連する観光スポットを効果的に紹介する情報設計は、ユーザーに周遊滞在のイメージを想起させ、滞在日数と観光消費額の最大化を実現するだけでなく、群馬県のブランドイメージの向上を実現するでしょう。

弊社の実績を余すところなく生かしたデータドリブンなコンサルティングによって、インバウンド向け多言語サイト構築を成功へ導く戦略策定をサポートしていきます。