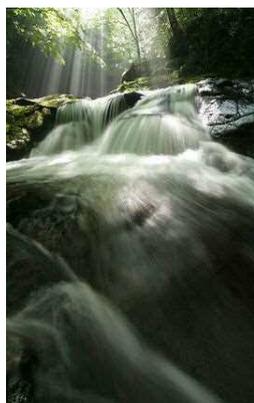


「名張市観光実態調査・分析・検証」

# 報告書



平成 27年 2月

三重県 名張市・近畿大学 経営学部

# Contents

---

## I. 研究の概要

- |               |     |
|---------------|-----|
| 1.1 研究の背景及び目的 | —2— |
| 1.2 研究の範囲及び内容 | —3— |
| 1.3 研究のプロセス   | —4— |

## II. 環境分析

- |                   |      |
|-------------------|------|
| 2.1 地域環境分析        | —6—  |
| 2.2 観光環境分析        | —9—  |
| 2.3 関連計画分析        | —14— |
| 2.4 競合環境分析        | —24— |
| 2.5 SWOT分析および主要課題 | —29— |

## III. 調査分析のまとめ

- |                      |      |
|----------------------|------|
| 3.1 調査の概要            | —32— |
| 3.2 名張市観光客の実態        | —33— |
| 3.3 名張の観光資源についてのイメージ | —39— |

# Contents

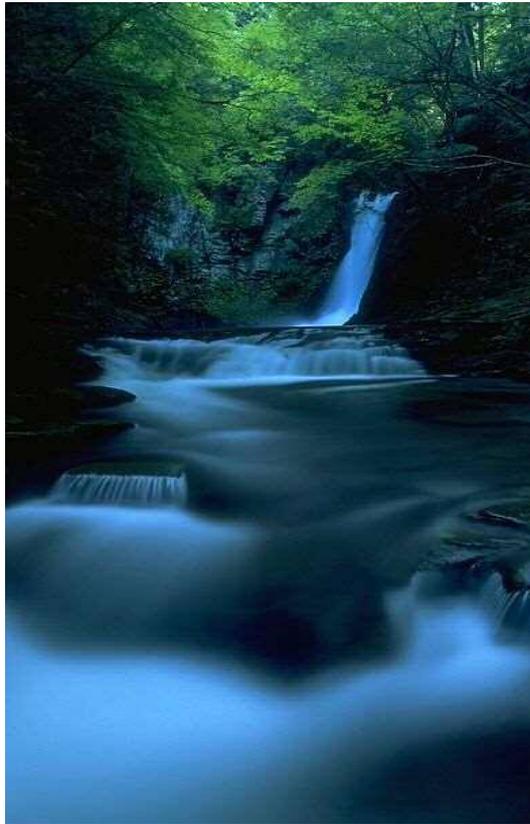
---

3.4 ブランドとして「名張」に対する評価および観光の満足度 .....	-45-
3.5 回答者の属性による違い .....	-48-
3.6 調査分析のまとめ .....	-52-
3.7 地域住民(商業関係者)へのインタビュー .....	-53-

## IV. 名張の観光ブランド開発(案)

4.1 名張の観光ブランド開発プロセス .....	-56-
4.2 名張の観光に関するコア・イメージの導出 .....	-57-
4.3 名張の観光ブランド・キャッチフレーズ .....	-58-
4.4 名張の観光ブランド構築戦略 .....	-59-
4.5 観光商品の再整備 .....	-61-
4.6 ブランド改善のための広告・広報戦略 .....	-68-

## Appendix. 調査用のアンケート



## I . 研究の概要

1. 1 研究の背景および目的
1. 2 研究の範囲および重要内容
1. 3 研究のプロセス

## 1. 1. 研究の背景および目的

### 1. 1. 1. 研究の背景

- 1985年の週休2日制導入による余暇時間の増加、家族単位観光活動の機会増加、個人趣向による観光活動の多様化など、個の暮らしのステータスを重視する価値観が拡散されている。
- 名張市は「日本の滝百選」「森林浴の森 日本100選」等に指定された赤目四十八滝や香落溪のように知名度の高い自然観光資源を保有しており、近隣の大阪、名古屋など大都市居住者の来訪の期待感が増大しつつある。
- しかし、名張市は観光地としてのイメージ形成、主要な観光資源の連携性、環境変化への対応、観光インフラ整備など、観光客誘致に必要な取り組みやマーケティング戦略が不足している状況である。
- とりわけ、県内・外における地域間の観光客誘致競争が激しさを増す現況下では名張という地域に対する観光イメージを消費者（観光客）に強く認識させる必要がある。
- こうした状況から名張市に散在している自然・歴史・文化などの観光資源の長・短所、競争力などを調査・分析し、「名張」という地域をイメージ付ける地域ブランドの開発が必要とされる。

### 1. 1. 2. 研究の目的

- 名張の観光環境を取り巻く現状と課題を、名張を訪ねる訪問客からの評価に基づいて分析し、現時点での課題に対する改善の方向性を模索する。
- 名張市の観光実態を調査・分析を通じて、市の観光産業を発展させる中核ブランドコンセプトを開発する。
- 名張市のイメージを向上させる、中核ブランドコンセプトに合致されるマーケティング戦略の方向性を打ち出し、持続可能な観光発展のための提言を行う。

## 1. 2. 研究の範囲及び内容

### 1. 2. 1. 研究の範囲

#### 空間的範囲

- 三重県名張市(面積：129.76km<sup>2</sup>、15地区)
- 人口：79,245名(男性：38,039名、女性：41,206名)
- 世帯数：30,494世帯 (平成25年基準)

#### 時間的範囲

- 基準年度：2014年
- 研究期間：2014年10月から2015年2月
- 調査時点：2014年10月から12月

### 1. 2. 2. 研究の重要内容

区分	内容	
環境分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 地域環境分析</li> <li>▪ 関連計画分析</li> <li>▪ SWOT分析</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 観光環境分析</li> <li>▪ 総合環境分析</li> </ul>
観光実態及び 観光イメージ調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 名張市観光客の実態                             <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 基本属性(性別、年齢など)</li> <li>2) 観光実態(同行者、交通など)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 名張の観光資源のイメージ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 観光客 2) 地域住民</li> </ul> </li> <li>▪ 名張のブランド及び満足度                             <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 認知度 2) ユニークさ</li> <li>3) ブランド・イメージ</li> <li>4) 満足度など</li> </ul> </li> </ul>
ブランド 開発戦略(案)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 戦略導出プロセス</li> <li>▪ ブランドコンセプト</li> <li>▪ ブランド・マーケティング(案)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ケース・スタディー</li> <li>▪ 観光商品化の戦略(案)</li> <li>▪ ブランドの構築(案)</li> </ul>

1. 3. 研究のプロセス

