

別表 1

令和 6 年度に行った郡山市観光データマーケティング・調査分析業務における、現ビジョン改定に向けた「データ分析レポート」及びそれらをまとめた「観光戦略ビジョンへの提言書」の総括

・受託業者の強みを生かし、アプリ G P S 情報を可視化して宿泊や周遊の実態、観光資源の利用者数・属性、主要イベントでの滞在時間などの多角的な分析を実施。ビジネス利用が多く、郡山駅周辺での移動が多いこと、また県内他市町と比較して、都市規模の割に観光入込が少ないことなどが分析結果として分かった。

・インターネットを利用した「認知度」と「興味度」の比較（GAP調査）や、対象者の深層心理まで意識したオンラインインタビュー調査などの定性的調査を実施。観光コンテンツの認知度は低いに興味度は高いことが分かり、伸びしろが存在すると判断できる。また、アクセスの良さや個別のコンテンツに対するポジティブな評価がある反面、「観光地としてのイメージがない」「郡山ならではのお勧めポイントが分からない」「エリア内での移動がしにくい印象」などのネガティブな評価も多い。

・目指す姿は、「郡山ならではの観光コンテンツ強化」「観光客の受入環境整備」「”観光地・郡山”としての認知向上」