

デザインリサーチによる 長岡市の観光振興に向けた戦略の構築

田平博嗣（株式会社U'eyes Design エクスペリエントロジ研究所）

伊藤英明（株式会社U'eyes Design）

北島宗雄（長岡技術科学大学）



長岡まつり大花火大会（毎年8月2日・3日）は96万人を動員



花火が全国的に有名だが、他に目立つ観光資源がない

花火との組み合わせで楽しんでもらえる観光資源

花火以外で集客が期待できる観光資源の発掘と創造

花火大会と花火大会以外の観光行動の実態は？

花火以外の長岡市のイメージ、観光の満足度は？

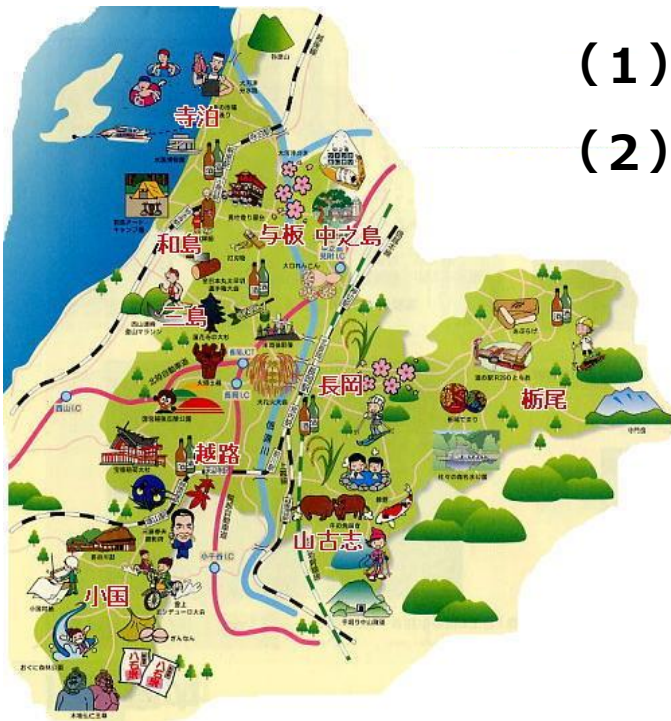


- (1) インターネットアンケート
- (2) デザインリサーチ

- －コンテクストインタビュー調査（来訪経験者）
- －フィールド調査（花火大会以外の期間）
- －大花火大会における来訪者の行動観察調査
- －長岡市在住者の同行取材調査



**デザインリサーチによる
長岡市の観光振興に向けた戦略の構築**



(1) インターネットアンケート

【配信数】

U'eyes Design調査パネル 4000名

【質問内容】

長岡への来訪に関して・・・

**来訪のきっかけ、来訪目的、旅行形態、交通手段、立ち寄り場所、
旅行行程、満足度、再来訪に対する意識など**

【有効回答】

来訪経験のある者304名

(大花火大会観覧経験者204名、大花火大会観覧未経験者100名)

(1) インターネットアンケート

- ⇒ 花火大会の存在や評判は、半数がクチコミ・人づてである。
- ⇒ 花火観覧経験者の70%が花火大会の由来を知らない。
- ⇒ 花火大会後は75%の人が長岡市を離れている。
- ⇒ 花火大会以外で観光で訪れるケースは少ない。
- ⇒ 飲食・商業施設の立寄り程度で、観光した場所や印象の記憶が薄い。
- ⇒ 花火以外で長岡市のイメージがない。



雪深い？



角栄・真紀子？



交通の要所？

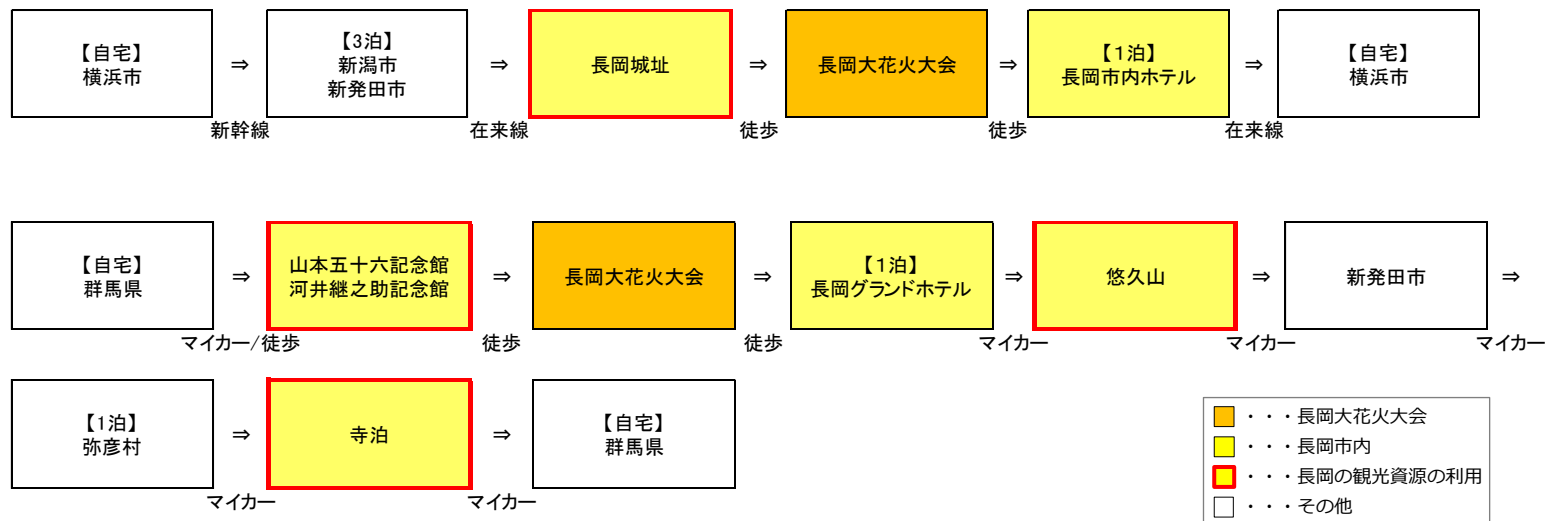


忘れた、
憶えていない。。

(2) デザインリサーチ

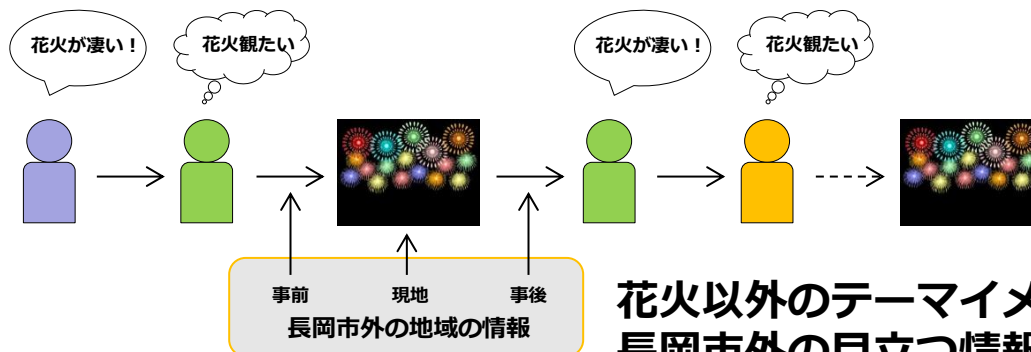
－コンテクストインタビュー調査（来訪経験者5名）

- ⇒ 花火大会への来訪は、クチコミ・人づてが強く影響している。
- ⇒ 花火以外に家族・親類で楽しめる観光資源が少ない。
- ⇒ 長岡市でも楽しめるコンテンツであっても市外や県外に流出している。
- ⇒ そもそも花火大会の日の前後で長岡市にとどまることが難しい。
- ⇒ 各ライフステージで長岡市をリピート訪問している人もいる。



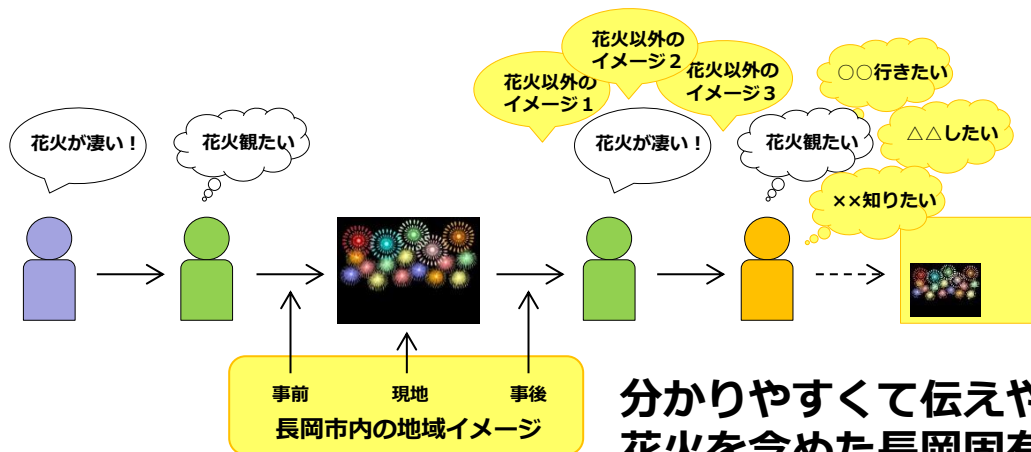
花火大会の存在、評判、来訪きっかけは 「クチコミ・人づて」

現状



花火以外のテーマイメージが薄く、
長岡市外の目立つ情報に目が向いている

目標



分かりやすく伝えやすい、
花火を含めた長岡固有のテーマイメージを提供

各ライフステージで長岡市をリピート訪問

学生の頃は・・・	： 城跡や歴史に関心があった
彼女ができたので	： 花火を一緒に観に行った
家族ができたので	： 花火と寺泊で海水浴とキャンプ 震災の恐さを子供に伝えた
子供が独立したら	： 里山の生活の写真を撮りに行きたい
もっと年を重ねたら	： 奥さんと日本酒を楽しみに行きたい

ライフステージにあった楽しみ方を分かりやすく提供する



「次に何が楽しめるか」を可視化することでアピール



リピートに繋がる

観光振興の戦略構築にあたって

花火以外に「長岡市は○○○なところ」のイメージが無い



長岡市のイメージの構築が急務



花火のクチコミ・人づてによる情報伝達力は活用できる



花火大会をきっかけに長岡市を理解してもらおう



では、何をどのように理解してもらおうと観光に結びつくのか？

(2) デザインリサーチ

- －フィールド調査（花火大会以外の期間）
- －大花火大会における来訪者の行動観察調査
- －長岡在住者の同行取材調査

- ⇒ 市町村合併で観光案内情報が乱立、長岡のイメージが分かりにくい。
- ⇒ 花火大会は長岡にとどまらず、体力的にきつい。戻る気も起らない。
- ⇒ 花火大会以外の観光では、業務出張者の男性が多く見受けられる。



(2) デザインリサーチ

- フィールド調査（花火大会以外の期間）
- 大花火大会における来訪者の行動観察調査
- 長岡在住者の同行取材調査

- ⇒ 他の地方都市に比べ、歴史（戦国,幕末,近代史）に特長が見出せる。
- ⇒ ただし、歴史コンテンツのフィジカルエビデンス（物的証拠）がない。



上杉謙信



直江兼続



河井継之助



小林虎三郎



山本五十六



戊辰戦争・北越戦争（長岡城落城）



米百俵の精神



太平洋戦争（長岡空襲）

(2) デザインリサーチ

- －フィールド調査（花火大会以外の期間）
- －大花火大会における来訪者の行動観察調査
- －長岡在住者の同行取材調査

⇒ 食文化（米、酒）、里山文化（棚田、錦鯉、闘牛）に特長が見出せる。

⇒ 米や酒、野菜など、新潟県内では長岡産のものが最も評判が高い。



(2) デザインリサーチ

- －フィールド調査（花火大会以外の期間）
- －大花火大会における来訪者の行動観察調査
- －長岡在住者の同行取材調査

⇒ 花火大会の由来が他の観光資源（歴史・自然）と関連している。

戦災追悼・天災復興



信濃川氾濫



三八雪害



長岡空襲



中越地震

観光振興の戦略として

集約した長岡市のイメージを花火大会の由来と強く関連させる。

フラットでバラバラに溢れている情報



県外の人「分かりやすい、伝えやすい」テーマイメージを3つに絞る



長岡大花火大会

観光振興の戦略として

震災を経験、復興・克服したまち

多くの偉人を輩出した歴史あるまち



日本の原風景が残る里山のまち

まとめと今後について

- ・ 長岡市も市のイメージとして漠然と認識はしていたが、筆者ら第3者が改めて提言したことで、方向性の再確認と推進する根拠が醸成された。
- ・ 今後は、この戦略構造を長岡市の観光振興の3本柱とし、これを起点としたストーリーづくりをこれまで以上に積極的に展開し、それぞれに紐付く具体的な観光資源や観光サービスの開発に繋げていく必要がある。



ご清聴ありがとうございました。

ご不明な点などがございましたら、恐れ入りますが下記の連絡先までお問合せ頂ければ幸いです。

株式会社 U'eyes Design
田平博嗣 tahira@ueyesdesign.co.jp

〒224-0001
横浜市都筑区中川1-4-1ハウスクエア横浜4F
TEL045-914-7820 FAX 045-914-7822