

Strictly Confidential

観光関連産業の「稼ぐ力」を強くする！！生産性向上セミナー

デジタル活用による 組織力向上・DX人材の重要性について

一般社団法人 中央日本総合観光機構

マーケティング部



2023年12月20日

自己紹介

【略歴】

蛸澤 俊典（えびさわ としのり）

栃木県宇都宮市出身。
信州大学大学院卒業後、株式会社JTB入社。
法人・学校営業、提携販売事業の事業戦略、地域交流
事業の着地型コンテンツ開発等を行う。その後、名古屋商圏の
エリアマーケティングデータ分析、BIツールを駆使したデータ分析による
商品改善等を推進。

2019年10月より中央日本総合観光機構に出向。
事業戦略、データ・デジタルマーケティングの責任者として
広域でのデータを最大限活用した観光地経営を進めている。

観光庁 広域周遊観光促進のための専門家
観光庁 観光DX伴走支援者（Yamagata Open Travel Consortium）
総合旅行業務取扱管理者
工学修士……地球化学専攻
経営学修士（MBA）
ウェブ解析士
TechAcademy Python/AI/データサイエンス修了



GO
CENTRAL
JAPAN

地域側での観光振興を進める団体について

観光関連事業者（土産物屋、飲食店、伝産品、体験、交通等）

DMO/観光地域づくり法人

地域まちづくり法人/観光協会

宿

土産

飲食

交通

工芸

体験

観光庁により、各地域ごとに、稼ぐ観光をつくること目的に
2017年からDMO法人が157団体登録され、DMOが地域の
観光振興の中心を担う体制が整備された。



≪中部中央エリアにおける登録法人組織数≫

「地域DMO」：市町村区域

36団体

主な役割：着地型コンテンツ開発

「地域連携DMO」：県域（複数の市町村区域）

28団体

主な役割：エリアの戦略策定、着地型コンテンツ開発

「広域連携DMO」：広域

1団体/中央日本総合観光機構

主な役割：広域戦略策定、販路形成、プロモーション



組織紹介 中央日本総合観光機構

一般社団法人 中央日本総合観光機構

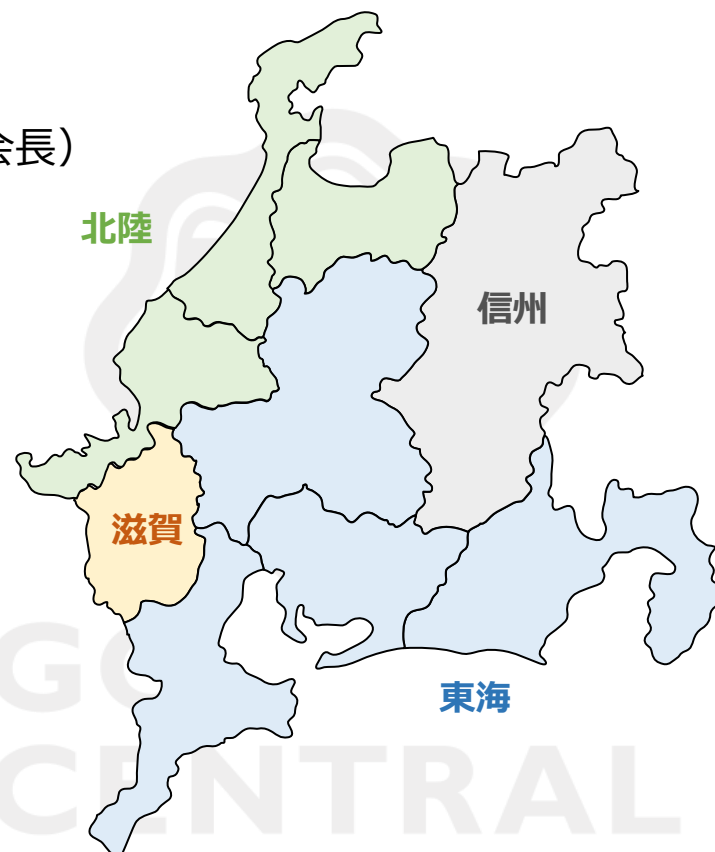
- 9県をまたぐ複雑な行政区分（エリア内にDMOが**65**在籍）
- 前身：中部広域観光推進協議会
- 会長：中部経済連合会会長（副会長は北陸経済連合会会長）
- 2018年、広域連携DMOに登録

プロパー：2名

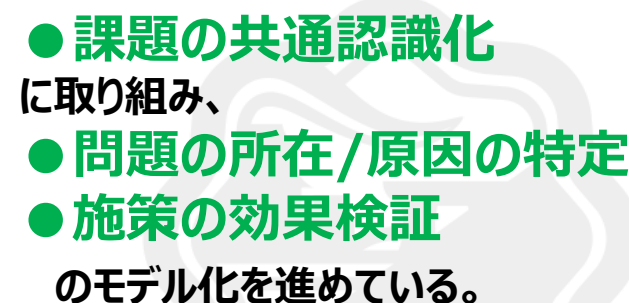
出向者：7名

民間：中部国際空港、JR東海、名古屋鉄道、NTT西日本、
阪急交通社、JTB、日本旅行

役割：広域での**訪日インバウンド誘客**、
行政自治体DMOおよび地域内の事業者との連携

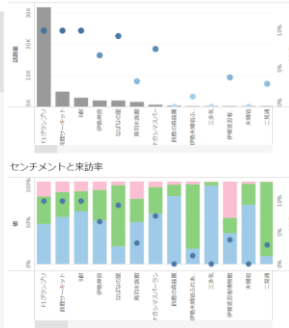


＜＜広域データマネジメントプラットフォーム＞＞

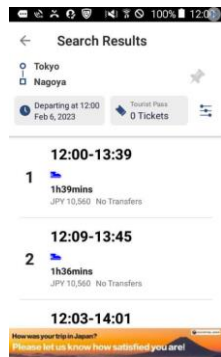


- 課題の共通認識化
- 取り組み、
- 問題の所在/原因の特定
- 施策の効果検証

のモデル化を進めている。

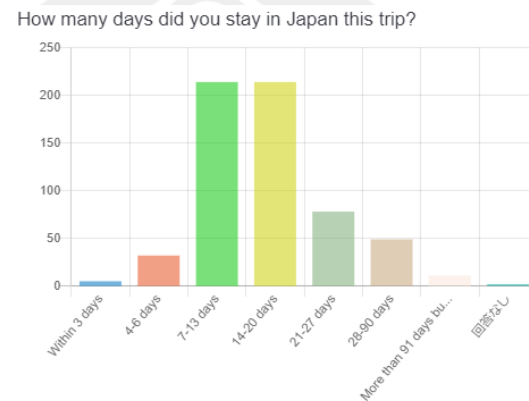
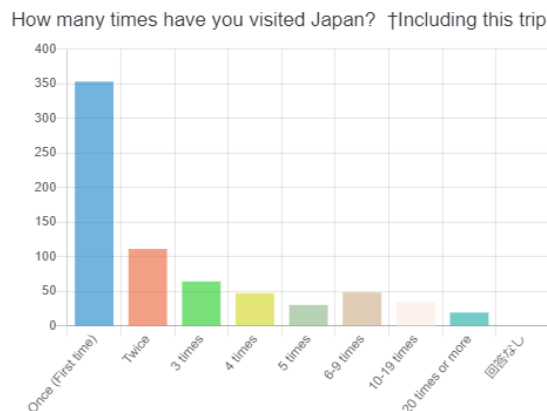
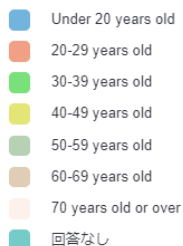
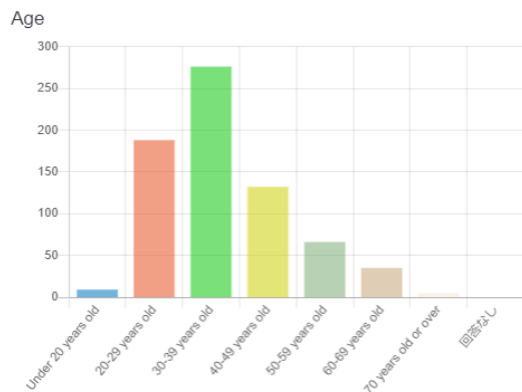


中央日本が取り組むデジタル化の取り組み②



エリア内の訪日外国人に対してナビタイムのアプリ上で各種アンケートを実施（KPIも取得）

GPSで見えない旅行者の詳細（性年代、旅行形態、動機、交通手段、消費額等）がわかることで、正確なペルソナの設定可能に。
12/13現在 取得サンプル数：1,625サンプル



取得すべき観光庁から求められているKPIのモニタリングについて、
実地実施の場合の**コストの約1/20程度**に圧縮

中央日本が取り組むデジタル化の取り組み③

JAPAN TRAVEL
NAVIGATOR

Copy of 新規旅行プラン

2023/12/15 - 2023/12/16, Transportation

Transportation Car Walking Bicycle

12/15 Fri 12/16 Sat

170km / ¥5,920

Nagoya
10:00 DEP. LOCK

Waiting time (30Minutes)

Transportation
10:30 - 12:31 (2Hours1Minute) / 120.0km / ¥4,170

Gero Onsen Gassho-M...
12:31 ARR. - 13:31 DEP. AUTO
1Hour stay

Waiting time (3Minutes)

Transportation
13:34 - 15:02 (1Hour28Minutes) / 49.8km / ¥1,750

Waiting time (5Hours58Minutes)

Takayama
21:00 ARR. LOCK

< back to index

Takayama

Gifu Pref
Station

+ Add as a starting/destination point

+ Add as a visiting point

NAVITIME JAPAN

Search nearby Takayama

Scenery

Tradition/culture

Old streets

Hot springs

Historic sites

Old Houses

Hotels

Ryokans

Cultural experience

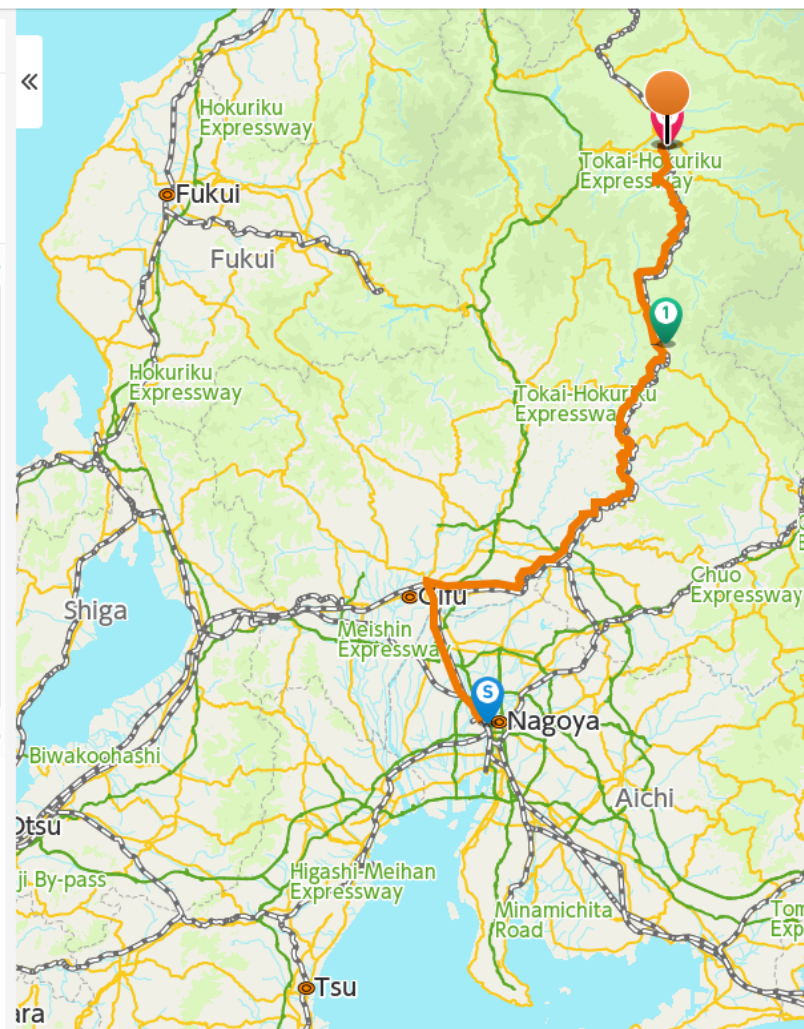
Outdoor experience

Meet with locals

Contact with nature

Airport

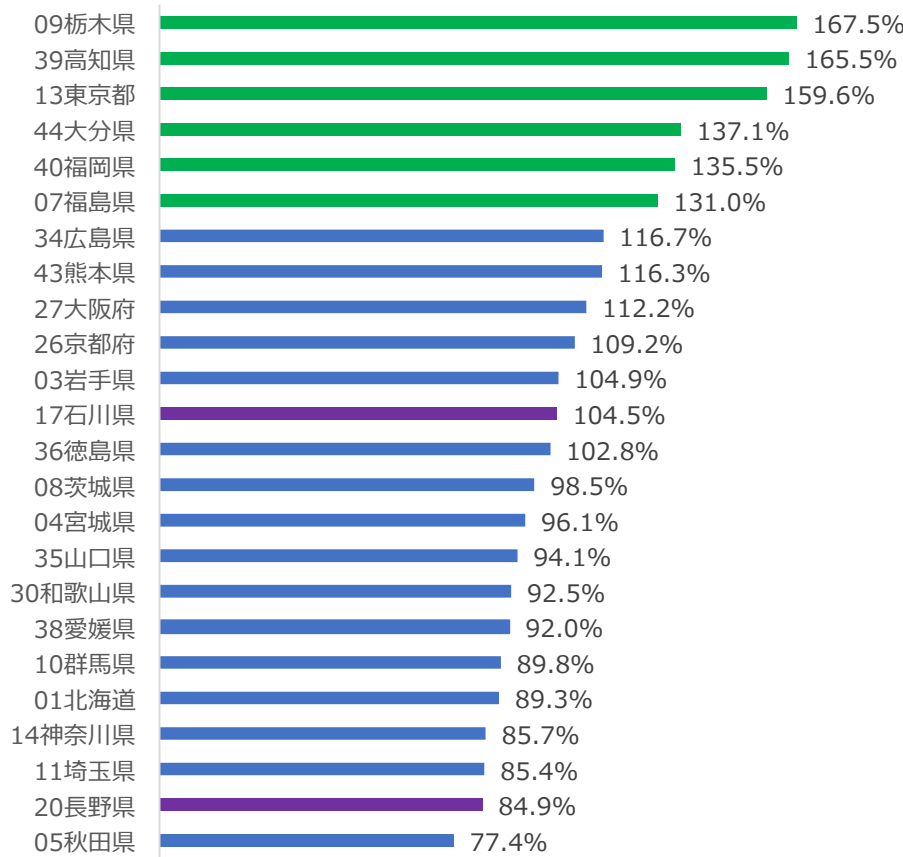
Train station



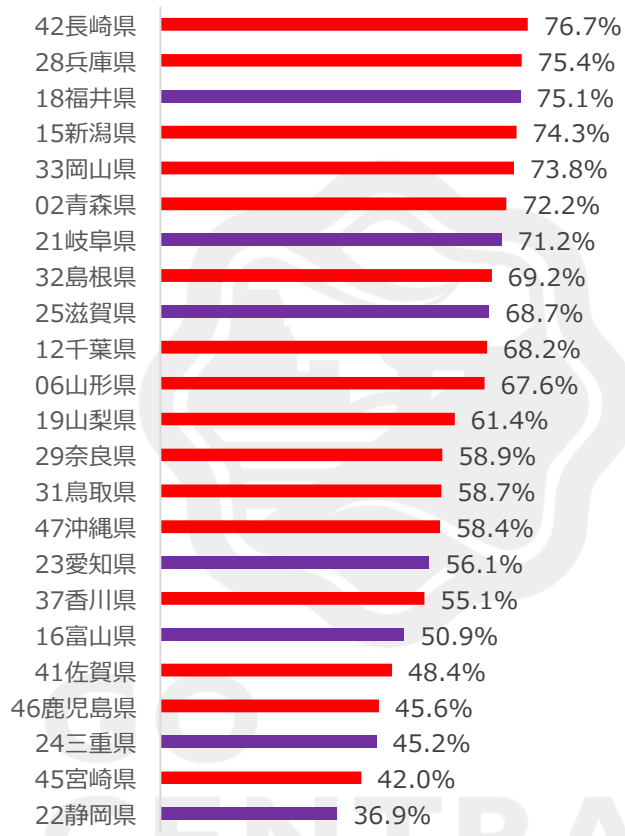
訪日外国人の個人旅行者に対して、当エリアの魅力的なコンテンツの回り方を
プランニングおよびコンテンツの予約可能な検索エンジンを構築

分析例) 訪日外国人延べ宿泊者 コロナ禍からの回復状況 (都道府県単位)

2023/2019 7~9月基準対比



2023/2019 7~9月基準対比



全国的には、回復状況に大きなグラデーションあり

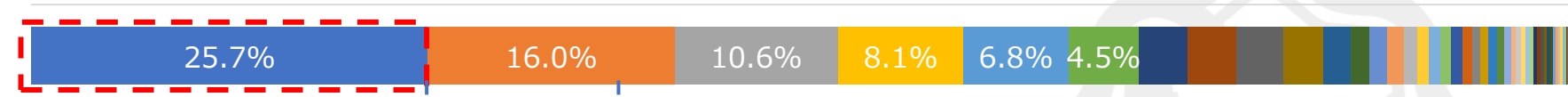
分析例) 訪日外国人延べ宿泊者 都道府県別全体からのシェア変化 (2019/2023)



都道府県延べ宿泊者のシェアでは、**東京シフト**している。
マイナス幅の多いのは、「**沖縄県**」「**静岡県**」「**千葉県**」「**愛知県**」「**北海道**」

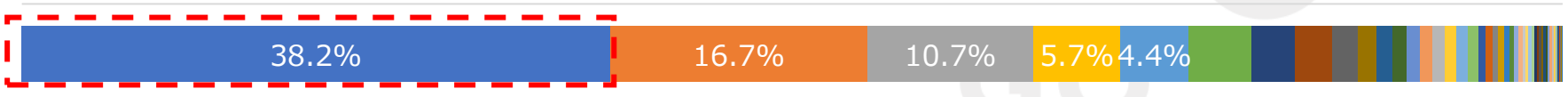
2019.7~9

- 東京都 ■大阪府 ■京都府 ■沖縄県 ■北海道 ■千葉県 ■福岡県 ■愛知県 ■神奈川県 ■静岡県 ■山梨県 ■岐阜県
- 広島県 ■兵庫県 ■長野県 ■石川県 ■大分県 ■香川県 ■熊本県 ■鹿児島県 ■和歌山県 ■奈良県 ■長崎県 ■宮城県
- 岡山県 ■三重県 ■滋賀県 ■青森県 ■富山県 ■佐賀県 ■新潟県 ■宮崎県 ■栃木県 ■岩手県 ■埼玉県 ■茨城県
- 群馬県 ■愛媛県 ■鳥取県 ■福島県 ■徳島県 ■秋田県 ■山形県 ■高知県 ■島根県 ■山口県 ■福井県



2023.7~9

- 東京都 ■大阪府 ■京都府 ■北海道 ■沖縄県 ■福岡県 ■千葉県 ■神奈川県 ■愛知県 ■広島県 ■山梨県 ■大分県
- 静岡県 ■岐阜県 ■兵庫県 ■熊本県 ■石川県 ■長野県 ■和歌山県 ■宮城県 ■長崎県 ■香川県 ■栃木県 ■奈良県
- 岡山県 ■鹿児島県 ■岩手県 ■滋賀県 ■青森県 ■茨城県 ■新潟県 ■埼玉県 ■福島県 ■愛媛県 ■群馬県 ■三重県
- 高知県 ■富山県 ■佐賀県 ■徳島県 ■宮崎県 ■秋田県 ■鳥取県 ■山形県 ■山口県 ■島根県 ■福井県



2019年に比べ、「東京シフト」が急激に進んでいる (25.7% → 38.2%)

- 示唆 : ①経営が厳しくなった航空会社が発着空港の選択と集中を実施 (羽田シフト)
- ②空港のグランドハンドリング (地上誘導職員) の不足により地方空港の回復に遅れ

環境変化とデジタル活用の必要性

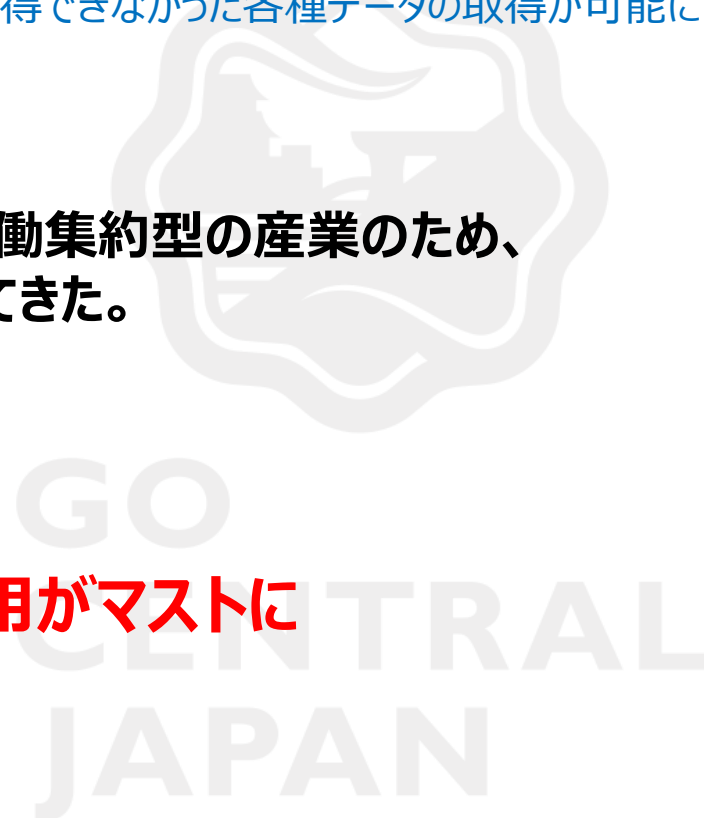
コロナ禍も重なり、社会環境は急激に変化

- 一人一台が当たり前になったモバイル端末（アプリによる行動データの蓄積）
- 加速度的に進む観光体験・宿泊のオンライン予約化（グローバルカンパニーの台頭）
- 生成系AIを筆頭に、一般消費者の情報検索量の飛躍的な増大と蓄積されるトラフィックデータ
- IOT（モノのインターネット）が普及しつつあり、これまで取得できなかった各種データの取得が可能に

観光はサービス業の集積

旅行会社、地場観光関連事業者、DMOも労働集約型の産業のため、生産性向上のためのデジタル活用は特に遅れてきた。

**観光産業も、より効率よく稼ぐためには
顧客視点でのデジタル活用、データ活用がマストに**



観光でのDXを阻む要因

観光振興（DMOや地場事業者）における生産性があがらない/DXが進まない**原因**

以下の要素を持ち合わせた人材が圧倒的に不足

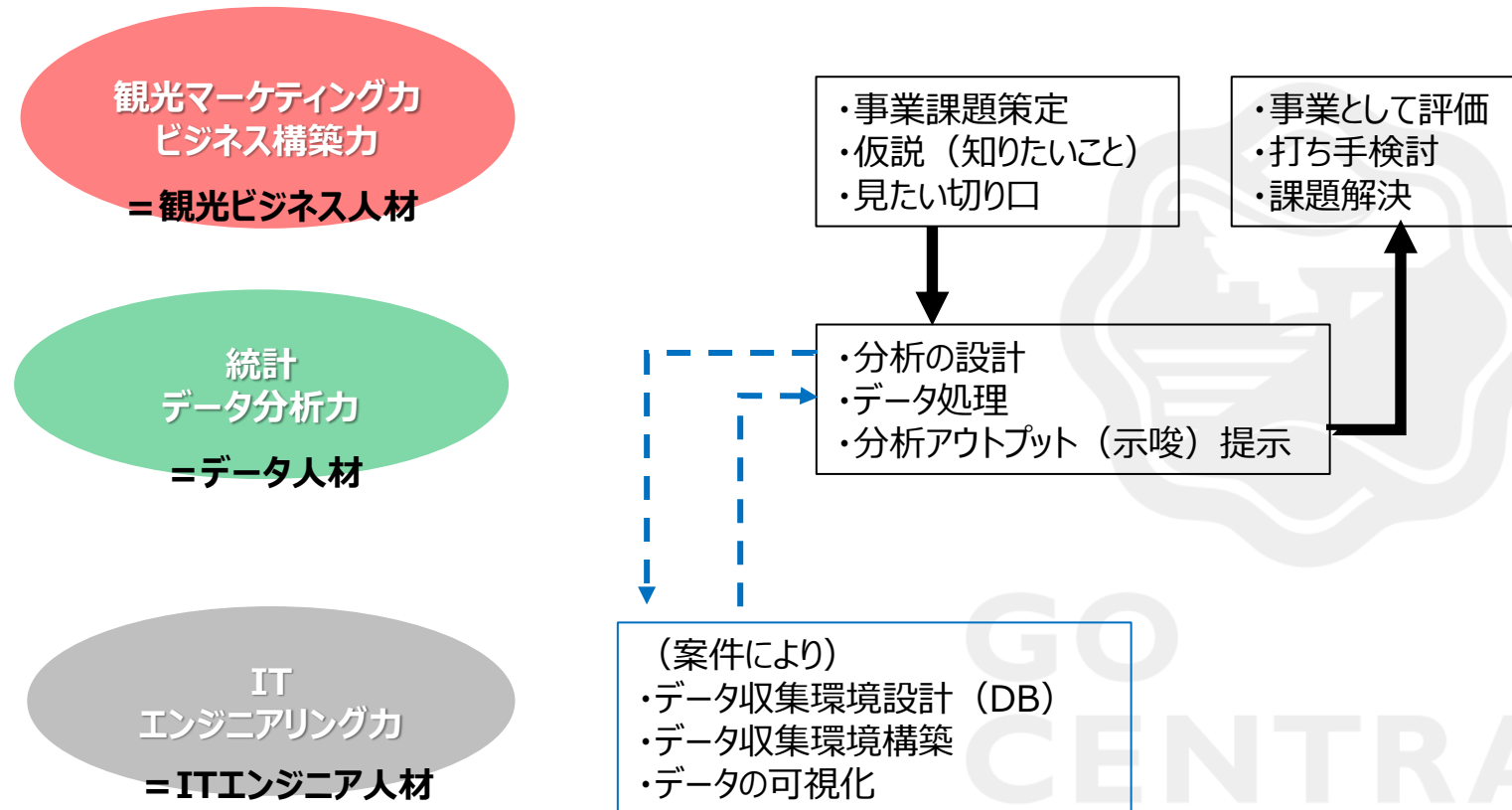
- 観光マーケティング力・ビジネス構築力
- 統計・データ分析力
- ITエンジニアリング力（AI）

「**観光**データサイエンティスト」

「データサイエンティスト」は、国内において非常に希少性が高く、かつ、観光だけに特化すると、**人間国宝級**に存在が確認できない。

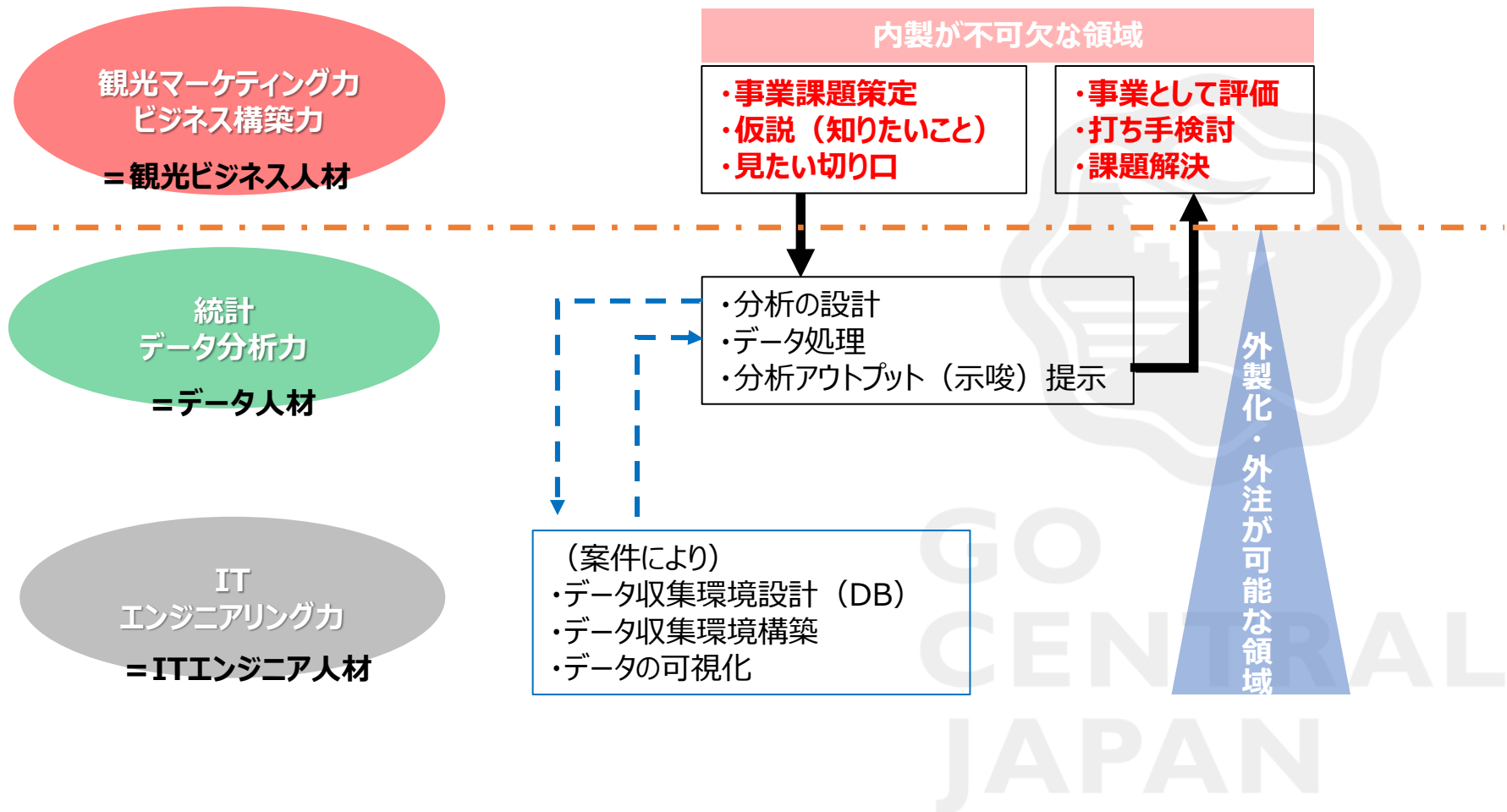
データをビジネス活用するプロセス

観光振興において、データをビジネス活用する大まかな流れ

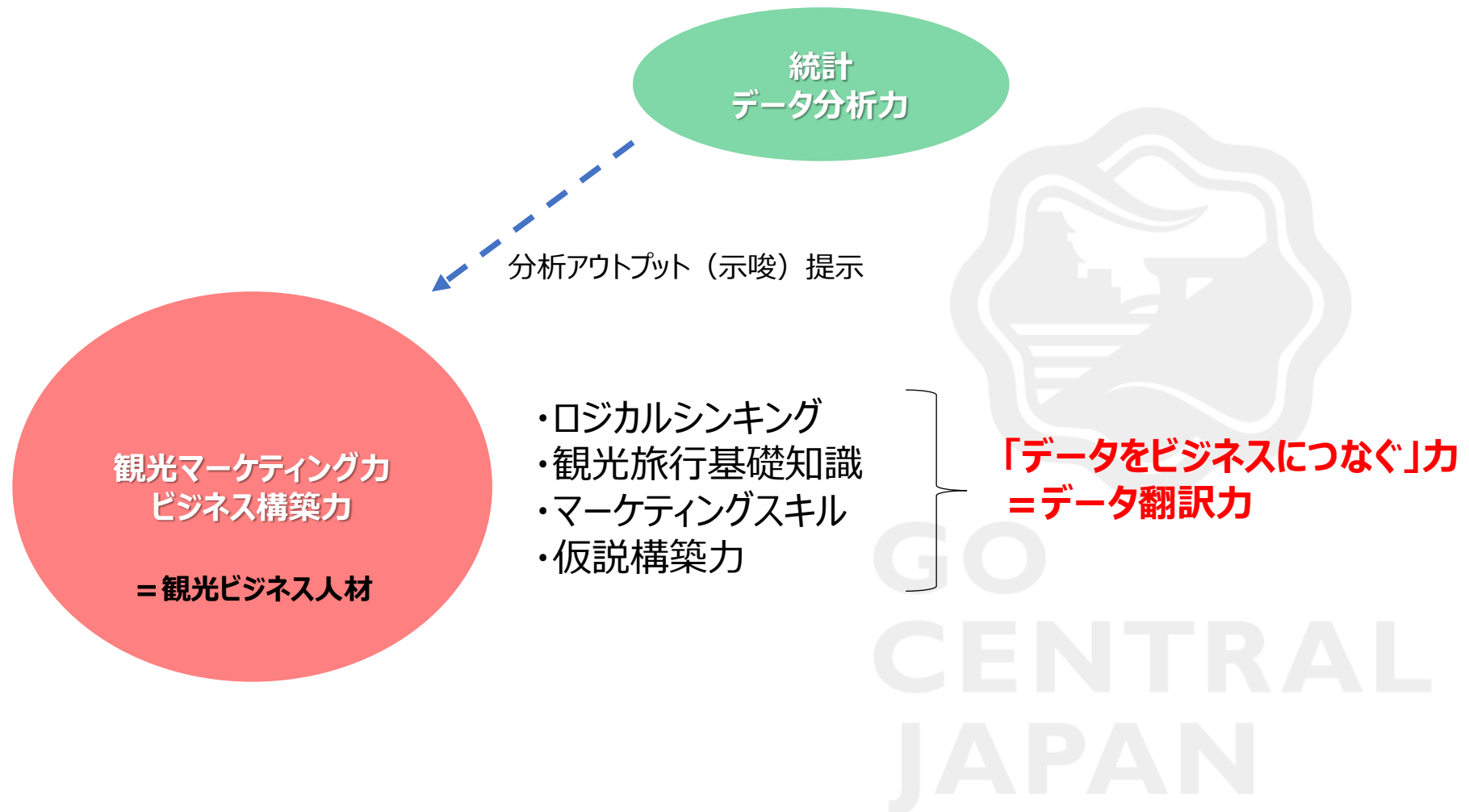


データをビジネス活用するプロセス

観光振興において、データをビジネス活用する大まかな流れ



データをビジネスにつなぐ重要性



地域連携DMOの課題

観光振興で中核を担い、地域への影響力が強い県域中心の「**地域連携DMO**」における観光DXのあゆみは道半ば。

顕在化している課題

人材の不足

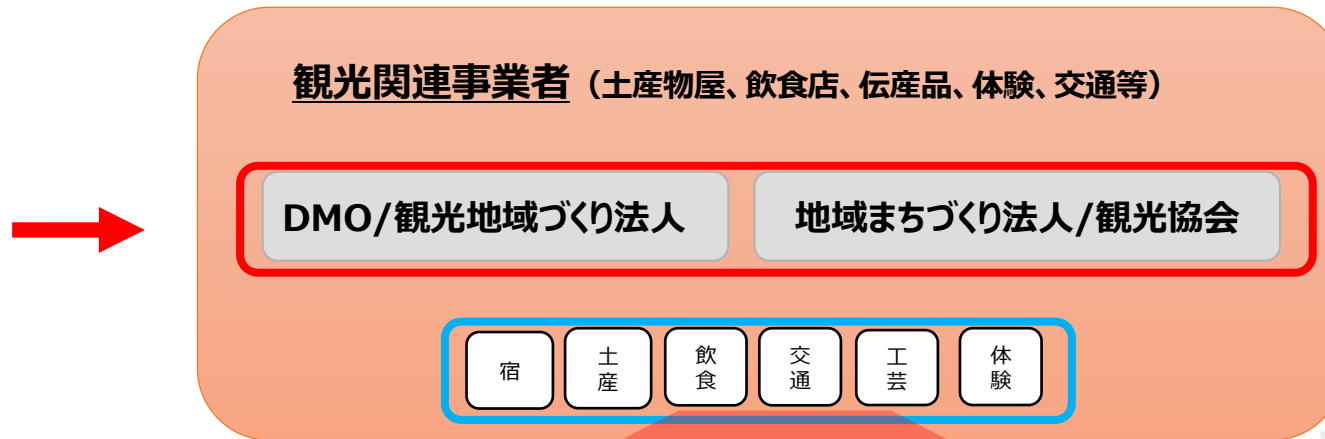
- ・データ分析/ビジネス構築ができる人材
- ・デジタルリテラシーを持つ人材

仕組み/ツールの不足

- ・データ収集する仕組み
- ・データを可視化分析できる仕組み

上記を解決するために、観光庁などからのDMO体制整備支援の事業もあるが、有効に活用できる事例も少ない。

事業取り組みの目的

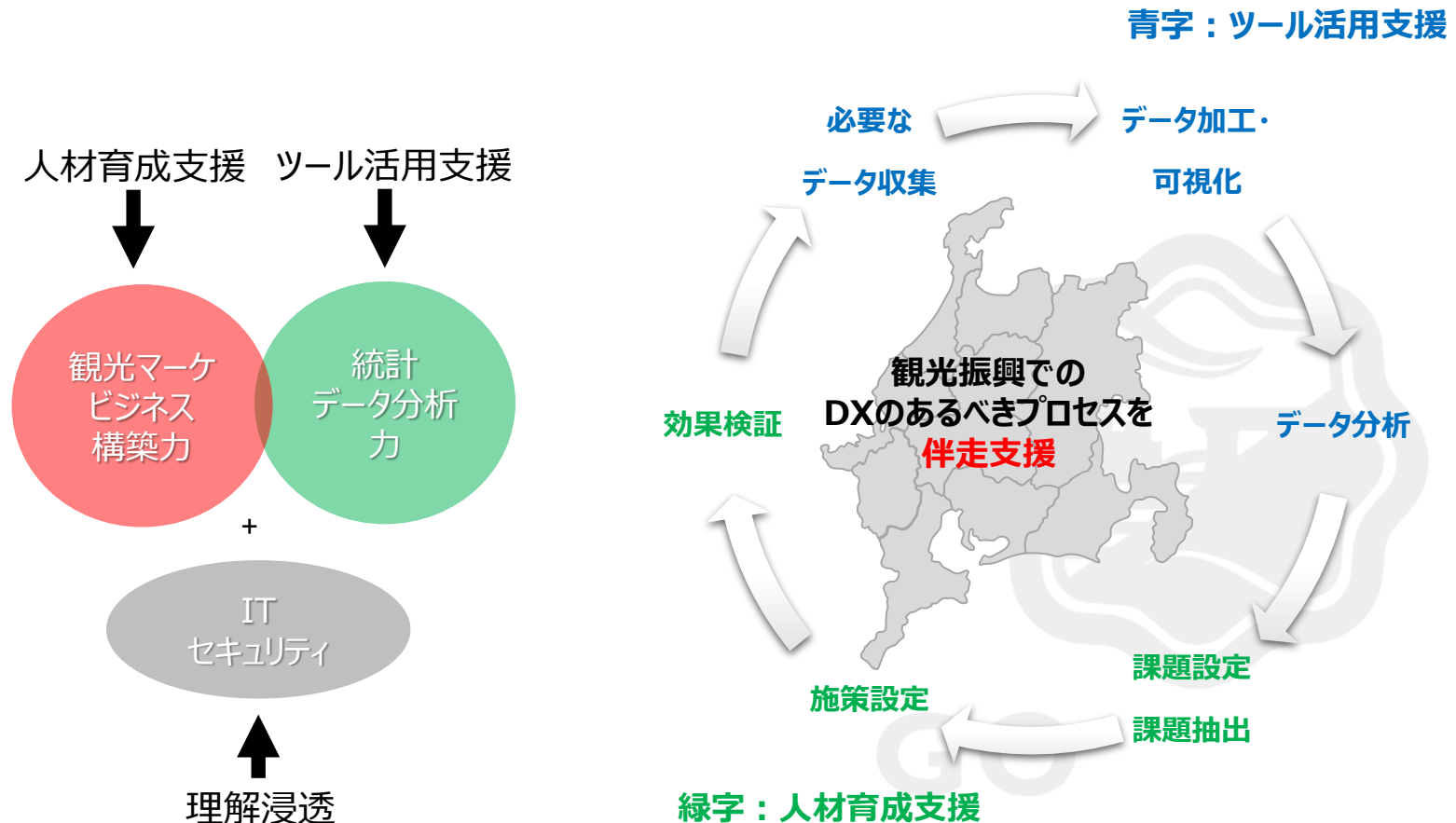


～地域の取引先・地域のサプライチェーンに波及～

地域の中小企業にも大きな影響力のある県域のDMO等の課題を解決しつつ、「観光ビジネス人材育成」を強化することで、地域の観光振興、経済波及効果の原動力をつくる。

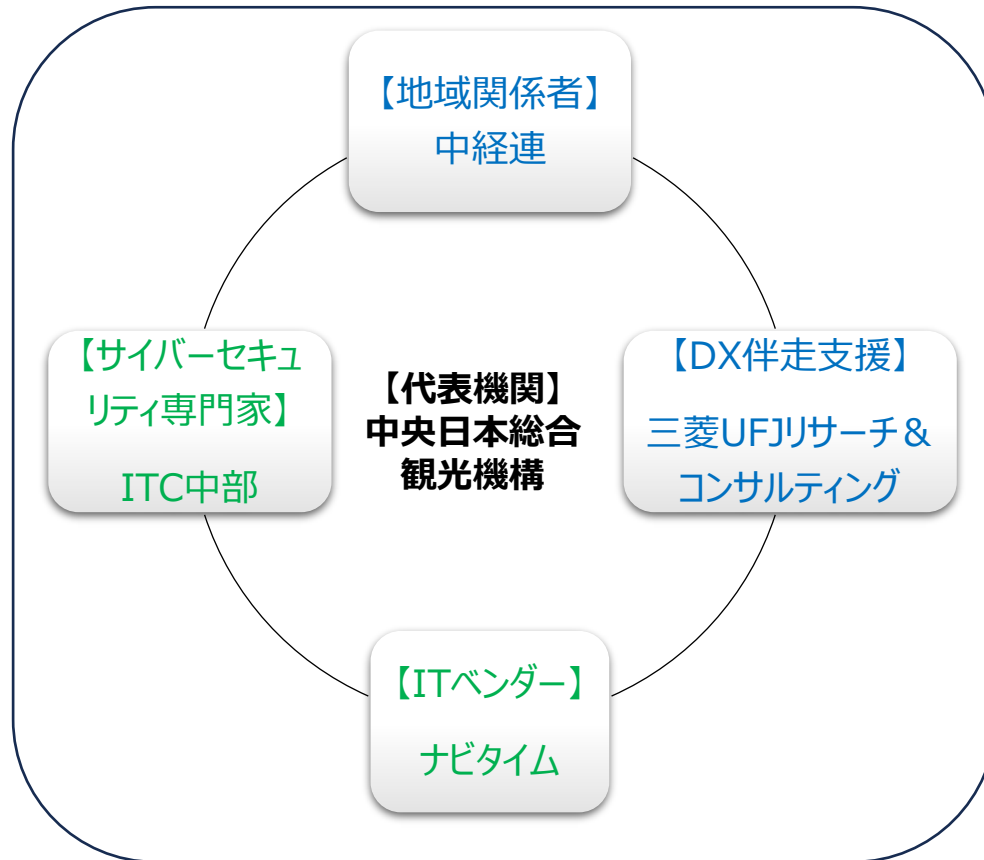
活用

事業取り組みのイメージ



ツールを使ったデータ分析力の向上および事業課題抽出・施策策定とその効果検証
のプロセスを伴走支援

事業取り組みの座組と支援対象



県域地域連携DMO・政令市地域DMO等

自治体名	1 2 の団体名
富山県	公益社団法人 とやま観光推進機構
石川県	公益社団法人 石川県観光連盟
福井県	一般社団法人 福井県観光連盟
長野県	一般社団法人 長野県観光機構
岐阜県	一般社団法人 岐阜県観光連盟
静岡県	公益社団法人 静岡県観光協会
愛知県	一般社団法人 愛知県観光協会
三重県	公益社団法人 三重県観光連盟
滋賀県	公益社団法人 びわこビジターズビューロー
静岡市	公益財団法人 するが企画観光局
浜松市	公益財団法人 浜松・浜名湖ツーリズムビューロー
名古屋市	公益財団法人 名古屋観光コンベンションビューロー

(地域未来牽引企業)

有限会社 船坂酒造店

地域内および外部からの連携先とコンソーシアムを組んで、支援を行う

地域DX 取り組み例

A 観光協会

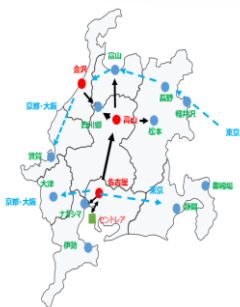
課題：

- ・戦略策定に資する十分なデータがなく、体系立てた観光計画がない。
- ・組織内にデータ分析/データ活用ができる人材/知見がない。
- ・データ分析するためのツールも整備できていない。

対応：

データ取得から、データの可視化、データからの課題抽出、仮説設定と施策実行および効果検証のOJTを実施中。特に県の来訪動機、ビジネス需要の詳細動向について伴走して調査。

【コロナ禍前】名古屋・高山・金沢を中心とした中国からの旅行者の動き



- ・訪日初来訪が半数を占め、FTT比率も半数を超えていた
- ・メインボリュームはセントレアを起点とした東西の移動をしていた
- ・金沢への訪問者は、東京～京都・大宮上のルートで移動
- コロナ禍後は、リピーター需要の増加とともに、東西から南北移動への増加が考えられる。

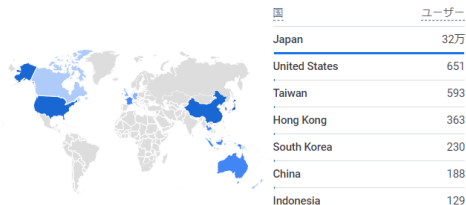
B 観光連盟

課題：

複数のデータプラットフォームを活用しているが、それぞれ独立したシステムになっており、個別に分析するしか方法がなく、有機的/複合的な分析による示唆出し、施策活用ができていない。

対応：

独立したデータツールを一つのプラットフォームに集約するなどして、クロスで分析できる手法を検討中（宿泊、動態、消費、ウェブ行動）



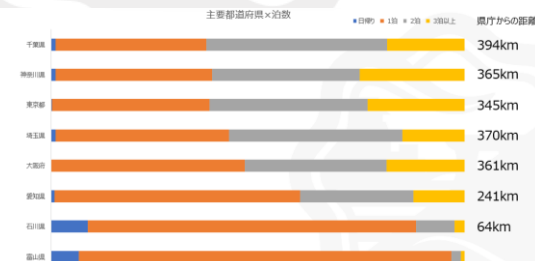
C 観光機構

課題：

毎年5,000～10,000件の県内への来訪者アンケートをしているが、現況、分析できる人材がおらず、せっかくの情報を全く事業への活用できない。

対応：

データを取得し、解析。該当県の課題感、ターゲットの絞り込みと施策の方向性を提示



各組織内の個別課題を浮き彫りにしつつ、観光ビジネス人材の育成およびデータを活用できる環境整備を支援

地域DX 取り組み例

(有)船坂酒造店 での取り組み

現状

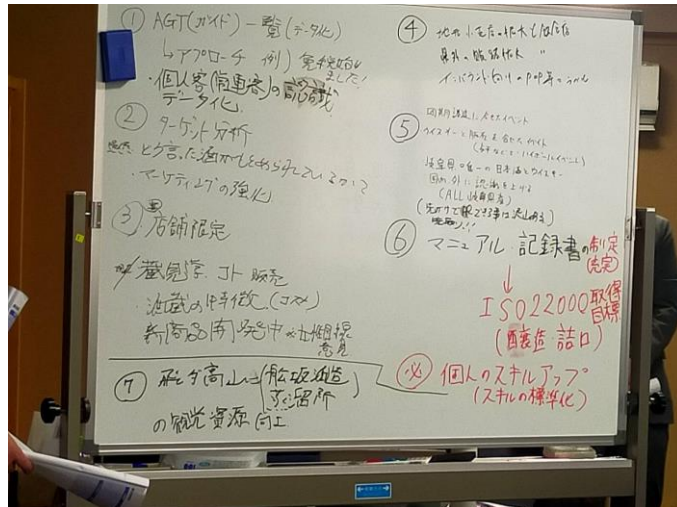
酒造店/レストランとしての先進的な取組み、POSレジ、ピープルカウンター、タブレットオーダーなどによる販売データ、経営データが随時蓄積される中、各社員が主体的にデータ活用して、施策の検証、課題抽出、仮説策定ができる状況には至っていない

対策

日々の販売データ/経営データおよび市の統計データや日本酒業界の製造/消費データなどから、社会課題と日々の自社課題を抽出して、酒造店として今後進化するために可能な取組みを提示する

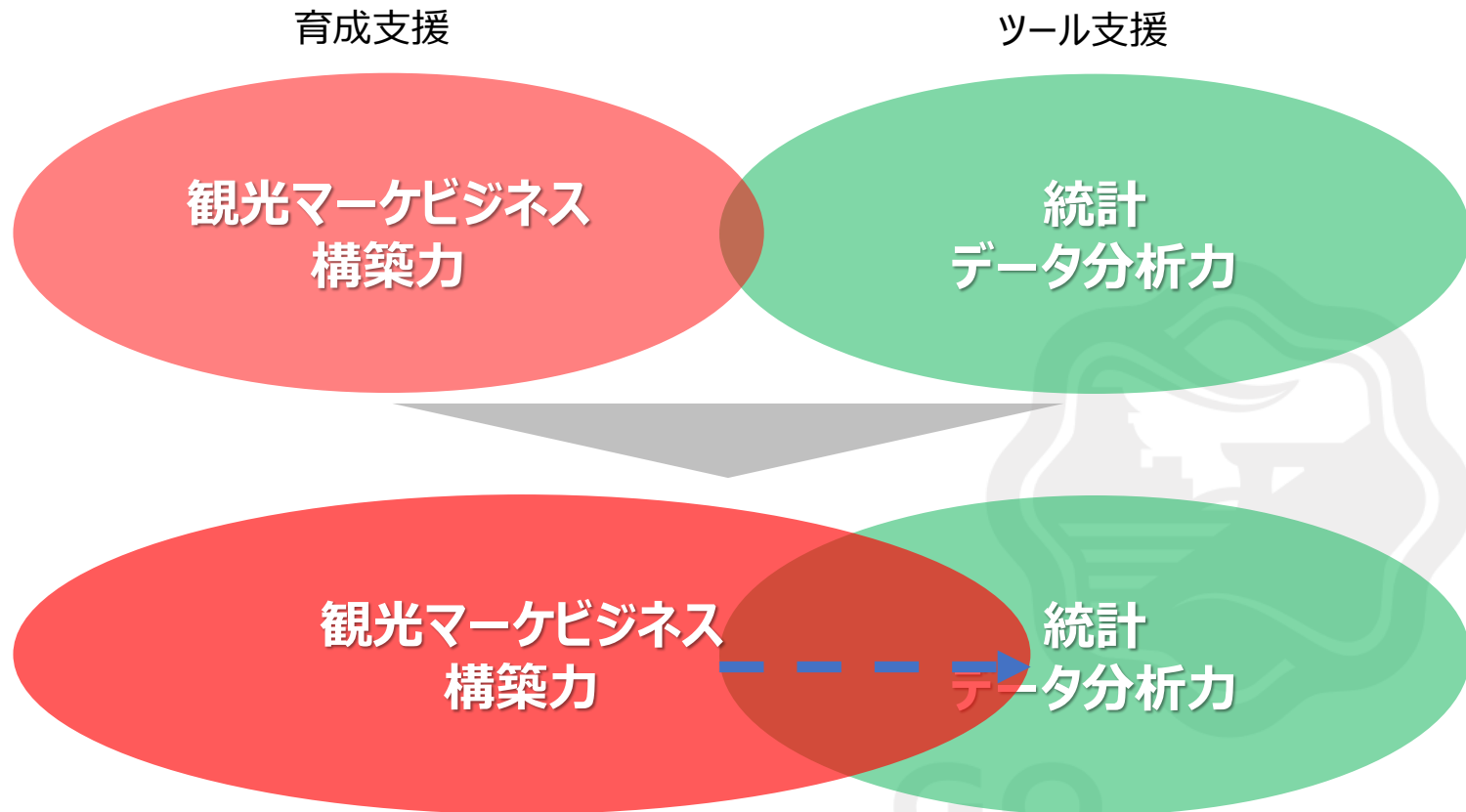
手法

経営幹部と一般従業員を混ぜた2グループを組成し、顕在化しているデータをもとに、グループワークを行い、発表する



蓄積されたデータから、日々の業務のPDCAが組織内で回せる状態に向けて奮闘中

組織力向上に向けて



中小企業（DMO等）の **一人ひとりの「出来ること」を広げていくこと**
一人のスーパーマン < **多様な経験、スキルを持った人材 を活用していくこと**

→今後の観光団体の**「組織力向上」**のカギ

御礼

ご清聴ありがとうございました！

一般社団法人 中央日本総合観光機構
マーケティング部

GO
CENTRAL
JAPAN