

# (参考) 大阪・関西万博を契機とした中部地域の観光関連産業の取組『観光DX』

- 地域内の観光関連事業者が、業務のデジタル化により効率化を図り、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により事業変革を行い、ビジネス戦略の再検討、新たなビジネスモデルの創出、新たな観光コンテンツの提供やサービスを提供できるよう支援。

## 観光関連事業者の支援

### 宿泊者データの提供

エリア宿泊者の性別・年代・旅行形態・旅行目的等の属性を集約

#### 宿泊業



オンラインで24時間いつでも宿泊先を予約。好きなタイミングで旅行の計画を立てられる。

全国を網羅する観光関連データの組み込み  
旅ナカデータ、位置情報データ、気象データ、過去データ

### 顧客分析システム データを収集する

## 観光関連事業者 (土産物屋、飲食店、土産品等)



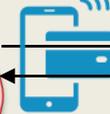
決済機能を充実させれば、観光において、よりスムーズに金銭のやり取りが可能。

### 観光客



属性に合ったクーポン発行  
体験コンテンツ等の提案

スマホ決済



### クーポン獲得

クーポン使ったり、ポイントを貯めるなど、観光客はお得に観光を楽しめる。

## データの見える化と分析

エリア分析 自社分析



競合地域分析 需要予測



## 観光マーケティング効率化・高度化

### データを活用した販売戦略・誘客促進

#### ●プロモーションの相手や地域を特定

・デジタルプロモーションのHPアクセス数から、どの地域の人がHPにアクセスしているか、HPのどのコンテンツに多くアクセスがされているか、位置情報と、顧客の年齢、性別などの情報を過去の移動履歴情報と組み合わせることによって、行動パターンを分析し相手や地域を特定。

#### ●プロモーション方法

・デジタルサイネージやSNSやプロモーション動画を計画的に配信。  
・行動パターンから広告戦略や顧客のニーズを把握することに活用し、現在地に関する広告をユーザーに配信。

#### ●商品開発

宿泊者の年齢層構成比や予約商品の価格帯、旅行グループの属性から、商品開発を実施。

## 生産性の向上

### 勘と経験に頼った経営判断からデータを基にした意思判断 無駄を排除

- **データを正しく取得、店舗の数字を日次で管理、顧客属性の把握、トレンド分析**  
→日々の売り上げ管理の省人化。メニュー開発への活用。  
データを活用した販売戦略、お客様の声をメニュー開発等、サービス向上に活用。  
スマホ等から店内情報が瞬時に確認可能。
- **広告の効果測定** →天気や季節に合わせて誘客促進。
- **見込み客数予想** →過去の売上げデータやイベント情報などの店舗情報、天気データなどのデータを基に来客数予測し、仕入れ効率化と食品の廃棄ロス削減。定員の適正配置と業務効率化。

## 観光DX人材の育成

### 攻めの観光DX人材を育成

- 観光関連産業のIT化に対応できていない、他産業と比較して生産性や収益性が低い課題を克服。  
→生産性・収益性向上を目的とし、観光関連事業者等と面的DXを推進するために、各種ITツールの導入及び活用・分析方法の検討、SNSを活用したマーケティング強化等について、内部人材の育成を図る。

2025年大阪・関西万博を契機に「万博+観光」を推進することで、  
地域で面的な取組につなげる

持続可能な観光まちづくり、  
地域商業、伝産・地場産業等の振興を目指す