

東北観光DMPを活用した新たな旅のスタイル定着事業 (東北観光DMPを活用した観光DX推進コンソーシアム)

実施地域

青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県

事業概要

東北広域においてDMPを活用し、東北広域での旅行者データ等の分析、統一ブランドによる誘客やCRMによるリピーター化等の施策を組み合わせることで、旅行者の新たな旅のスタイルの定着を目指している。

東北では、観光目的の国内平均宿泊数は1.58泊と全国の1.70泊よりも低く、地域周遊による観光消費額の増加に繋がっていないという課題があった。

そのため、本事業において、中長期滞在を定着させるために東北観光DMPを活用し、国内動態データの可視化等によりウィズコロナ禍における新たな旅行ニーズを分析し、宿泊プランの造成・販売による来訪者の周遊促進を図る取組を行った。また、今後のリピーター獲得も目指し東北観光DMPとCRMシステム（TOHOKU Fan Club）のデータを連携するためのインターフェース開発を行った。

事業目標と成果

KPI	目標	実績
宿泊プラン造成	40件	59件
宿泊プラン申込	2,000人泊	402人泊
宿泊プラン販売額	34,000,000円	6,741,892円
周辺観光地の来訪者数増	3,000人	972,376人
インターフェース開発及びデータ連携	1件	1件

事業の成果

東北観光DMPを活用した宿泊プラン造成ノウハウの獲得

本事業で宿泊プランを造成するにあたり東北観光DMPでウェブサイトのPV数と国内動態データのクロス分析を行い、その結果から体験コンテンツを選定し、宿泊プランの造成・販売を行った。こうした東北観光DMPの活用やデータに基づいた施策立案の手法は、DMPデータを活用した宿泊プラン造成のノウハウ獲得に繋がった。また、東北観光DMPの活用の今後の施策検討・他地域への横展開に繋がった。

CRMデータを活用したターゲットに合わせた打ち手の検討

本事業で東北観光DMPとCRMシステム（TOHOKU Fan Club）のデータを連携するためのインターフェース開発を行い、顧客の属性把握のため、メールの開封率等での絞り込みが可能となった。その結果、ロイヤルカスタマーの特定やターゲットに沿ったマーケティングが可能となった。

実施体制

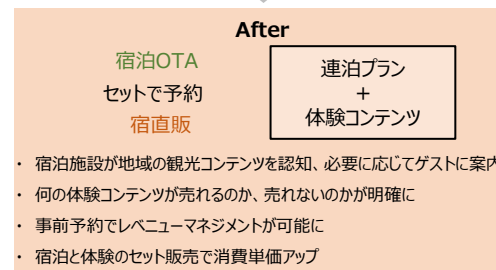
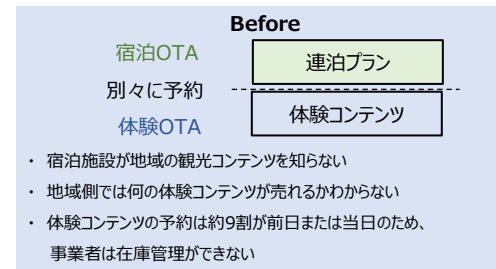
観光等事業者：(一社)東北観光推進機構、(株)スプラウトジャパン、(株)Agoop、(株)リクルート、東日本電信電話(株)

実証内容(概要図)

【成果①】

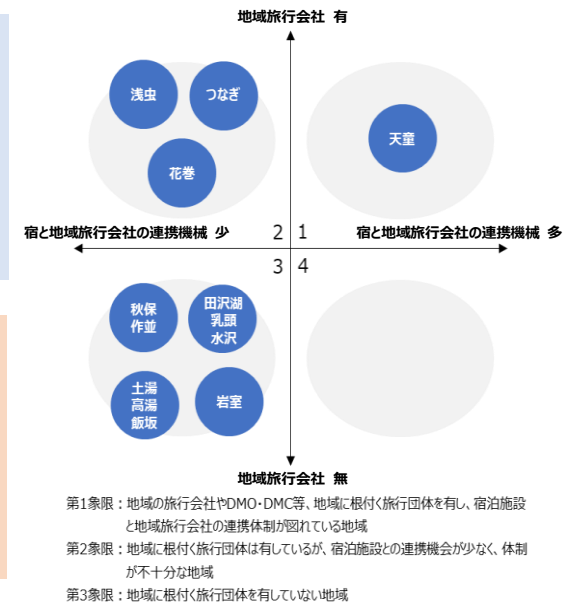
地域一体となった受入環境体制の構築

- 事前予約により消費単価のアップに加えて、体験を扱う事業者側でのレベニューマネジメントが可能になった



【成果②】

体験付き宿泊プラン造成・販売に係るモデル地域別支援体制の類型化



今後目指す姿

DMPを活用したデータを通して、地域の特性に応じた体験付き連泊プランの造成・販売し、東北域内における観光消費額のさらなる拡大を目指す

ターゲットの拡大

東北全域の観光協会や観光関係事業者等を巻き込み、DMPのデータを活用した体験付き連泊プランを造成することで、国内旅行者に加えインバウンドも対象としてターゲットの拡大を目指す。また、失敗事例も含めて取組を東北域内で共有し、宿泊プラン造成の磨き上げを図る。

データを活用した宿泊プラン造成と事例共有

DMPのデータを活用し、販売傾向を踏まえた宿泊プラン造成・販売を行うだけでなく、DMPのデータ分析を通して、取組事例の改善点等も洗い出し、東北全域の観光協会や観光関係事業者等で情報を共有し実販売ベースでPDCAを回していく。

DX人材の育成及び高度化

本事業で構築した東北観光DMPのダッシュボードを東北観光推進機構、東北7県+仙台市、DMO等が各種観光施策に活用しながら、活用事例をDMP利用者間で共有し、東北全体でDX人材の育成及び高度化を図る。