

インタラクティブ観光DX事業 (大分インタラクティブ観光DX事業コンソーシアム)

実施地域

大分県

事業概要

大分県の温泉地域では、コロナ禍以前から若年者層や近隣の県以外からの旅行者が少なく、アプローチが不足しているといった課題を有していた。さらに、コロナ禍において旅行者数や収益が大幅に減少しているといった課題があった。これらの課題の解決に向けて、若年者層をターゲットとして、地域のPR動画やライブコマース等のデジタル技術を活用したコンテンツの提供を行い、収益の向上を図るとともに、コンテンツの利用者データ等の分析・活用による地域のファンの創出を目指して施策を実施した。施策の実施に当たっては、オンラインを活用した旅行の動機付けから、実来訪につながるために、旅行者の旅マエ、旅ナカ、旅アトの各プロセスを通じた施策をそれぞれ実施した。

事業目標と成果

KPI	目標	実績
PR動画の再生数	50,000PV	402,000PV
地上波テレビ番組述べ視聴者数	140,000人	254,342人
参加型ライブ配信参加者数 (ライブ&アーカイブ)	50,000PV	340,054PV
地域OTAサイト & ECでの旅行商品購入件数	500件	507件
地域OTAサイト & ECでの平均購入金額	5,000円	10,609円
地域OTAサイト & ECでの売上	2,500,000円	3,617,828円
聖地巡礼におけるSNS投稿数	100件	4,739件
スタンプラリー参加者数	5,000人	5,589人

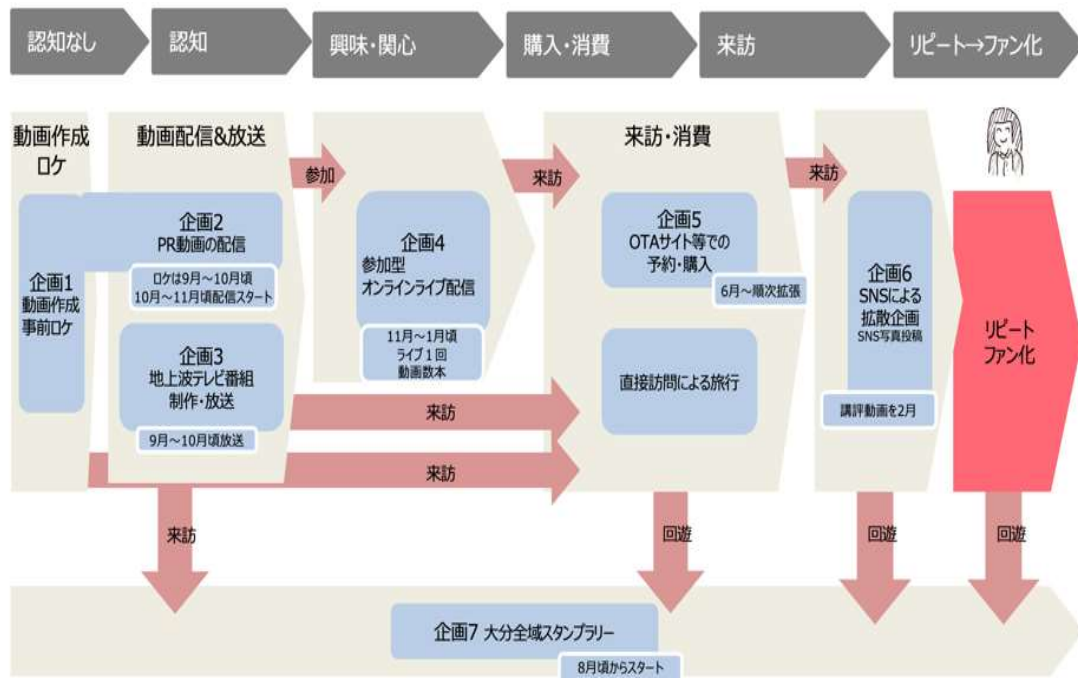
事業の成果

- **未認知・未関心層へのアプローチで認知・来訪層へ引き上げ**
本事業では、若年者に対する来訪促進や地域のファン化のため、2.5次元俳優を起用し、大分の魅力の発信やライブコマース等の施策を行った。俳優の起用により、ターゲットである若年者層の大分への認知・関心の向上や、ライブコマースによる地域商品や宿泊プランの購入等につなげることができた。タレント等の「推し活」をきっかけとして、地域の認知・関心につなげることや、ターゲット層の行動のハードルを下げ、実来訪につなげることができた。
- **地域の再来訪につなげ、地域への探求心を深めるための方向性について**
本事業における実来訪者のアンケート結果から、ファンの行動のトリガーとなるのは「推しと強い関係性を感じることができる仕掛け」であることが分かった。
また、再来訪の意向を示したユーザーの分析においては、俳優の紹介したスポットへの再来訪や、前回実施できなかったことがしたいといった理由が挙げられ、今後再来訪をする地域のファンを増加させるための具体的な施策検討に繋がった。

実施体制

地方公共団体等：(株)LivePark、(株)テレビ大分、(一社)別府市産業連携・協働プラットフォームB-bizLINK

実証内容(概要図)



今後目指す姿

- **認知・来訪層から、継続したアプローチで地域のファン化(リピート化)を図り、地域の収益拡大を目指す**
- **今後の展開や取組の方向性**
本事業で取得したデータを活用し、本年度の取組を継続することで、地域の再来訪や地域の物産品の再購入を継続的に実施してもらい、地域のファン化や収益の拡大する施策を検討、実施していく。
- **自走化のための収益モデルの確立**
本事業ではコンソーシアムに利益が発生しない値段設定を行っていたが、自走化に向けた金額設定を行い、適切な手数料等の利益が発生する仕組みを構築するとともに、面的な広がりやデータ連携の拡充のため、関係団体への参画を呼び掛け、自走モデルの確立を目指す。