

データ標準化と広域連携による販売システムの実証

事業概要

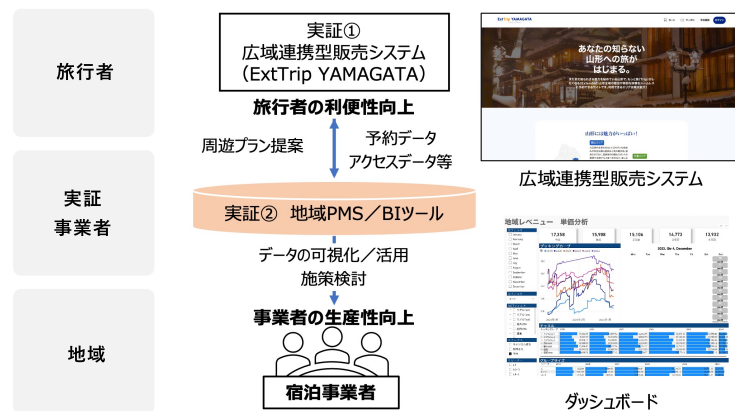
課題

山形県の天童、米沢、銀山の3つのエリアは、個性ある温泉地・観光地として発展してきた。一方で、単一エリア・事業者単位で観光コンテンツを販売してきたため、地域や事業者を横断したデータの共有・活用や複数の事業者の観光コンテンツをまとめて販売する仕組みが構築されておらず、旅行者の滞在期間が短く、山形県全体への周遊促進が難しいという課題があった。

取組

本事業では、複数エリアで観光コンテンツを同時に予約できる「広域連携型販売システム」を構築した。本システムを構築したことで、エリアを跨いだ旅行者の周遊促進に繋がり、連携エリア内での宿泊施設のデータの統合を容易にした。また、本システムを通じて、エリアの現状や旅行者の導線を広域且つリアルタイムで把握・分析することで、効果的なマーケティング施策の立案やCRM等に活かす取組を行った。

実証事業における取組イメージ



目標と成果

目標

エリア間における旅行者の関心と事業者の予約・稼働状況に合わせて、観光コンテンツを組み合わせ、提案する仕組みを構築することで「地域全体の稼働と稼ぐ力の最大化」を目指す。

成果

エリアで観光コンテンツを同時予約ができる「広域連携型販売システム」を構築し、旅行者の利便性向上を実現。また、エリア状況を把握するBIツールを導入することで、データを活用した施策検討に繋げ、観光消費額向上に寄与した

宿泊や体験等の観光コンテンツを複数エリアで同時予約ができる「広域連携型販売システム」を構築したことで、エリアを跨いだ旅行者の周遊促進に繋がった。しかし、「広域連携型販売システム」のリリースが地域の宿泊事業者との調整状況等により遅延し、リリースした際にはすでに直近の宿泊施設の在庫が不足しており、2コンテンツ以上での予約に繋げることができず、KGI達成には至らなかった。

また、各エリアの宿PMSを地域PMSと連携させ、エリアの宿泊状況が把握できるBIツールを構築したことで、これまで入湯税ベースでの入込客数等しかわからず、肌感覚であったエリアの状況が具体的に分かるようになり、各エリアでのマーケティング施策の検討を進めることができた。

項目	目標項目	目標値	実績
KGI	広域連携型販売システム経由での2観光コンテンツ以上でのCV数	200CV	46CV
実証 広域連携型販売システムを通じて複数エリアの観光コンテンツの同時予約の実証	KPI 広域連携型販売システムの新規訪問者数(セッション数)	20,000 セッション	14,523 セッション

取組エリア:山形県 天童/米沢/銀山エリア コンソーシアム名:Yamagata Open Travel Consortium(代表事業者:株式会社DMC天童温泉)