

# 海の京都データ交換所プロジェクト

## 現状及び課題、解決策と目指す姿

海の京都エリアは、自然景観、文化や歴史、観光誘客に寄与するブランド食材、宿泊施設を有し、エリア全体で多様な旅行者のニーズに対応できる環境が整っている。

一方で、閑散期・繁忙期における観光消費額の乖離や、旅行者のエリア内での周遊が十分でない点、地域全体に共通する季節ごとのマーケティング課題、行政区ごとに異なる独自のマーケティング等の課題を抱えている。

本事業では、デジタルプロモーション、CRM、ふるさと納税電子クーポンの活用によるエリア全体への誘客・消費を促進させる既存の仕組みを各地域・事業者が利活用出来るように展開することで、各行政区のマーケティング課題を、行政区を超えて解決するモニタリング・分析・利活用の体制づくりに取り組む。

## 事業概要

デジタルマップから得られた情報をCRMに集約し、旅行者に合わせた情報提供、ふるさと納税を通じて発行する地域通貨である「海の京都コイン」の活用、体験予約を図るとともに、DMO、地域、事業者間の利便性の高い情報基盤の構築を行う。

## 目標

ふるさと納税（海の京都コイン）を活用して、来訪者の周遊や消費意欲を向上させ、地域全体の消費額向上につなげる。

取組エリア：海の京都エリア（5市2町） コンソーシアム名：海の京都観光DX推進協議会（代表事業者：海の京都DMO）

## 実証内容（取り組み）

- 取組1 地域通貨「海の京都コイン」モデル店舗づくり
- 取組2 プラチナマップを活用した「海の京都コイン」の利用促進
- 取組3 データPF「海の京都Lab」の構築およびDMOサロンでの展開
- 取組4 CRMの高度化によるECサイトでの物品販売の促進

## 目標値

- KGI 海の京都コインが返礼品になるふるさと納税の総額：1,700万円
- KPI ふるさと納税額10万円以上の件数：100件

