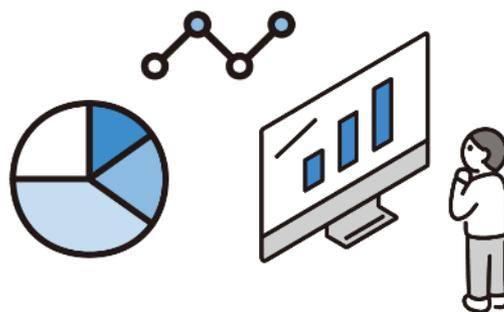


"まち全体が一つの温泉旅館" DX化実現事業



2023年11月20日（月）
豊岡観光DX推進協議会 事務局
一般社団法人豊岡観光イノベーション

Agenda

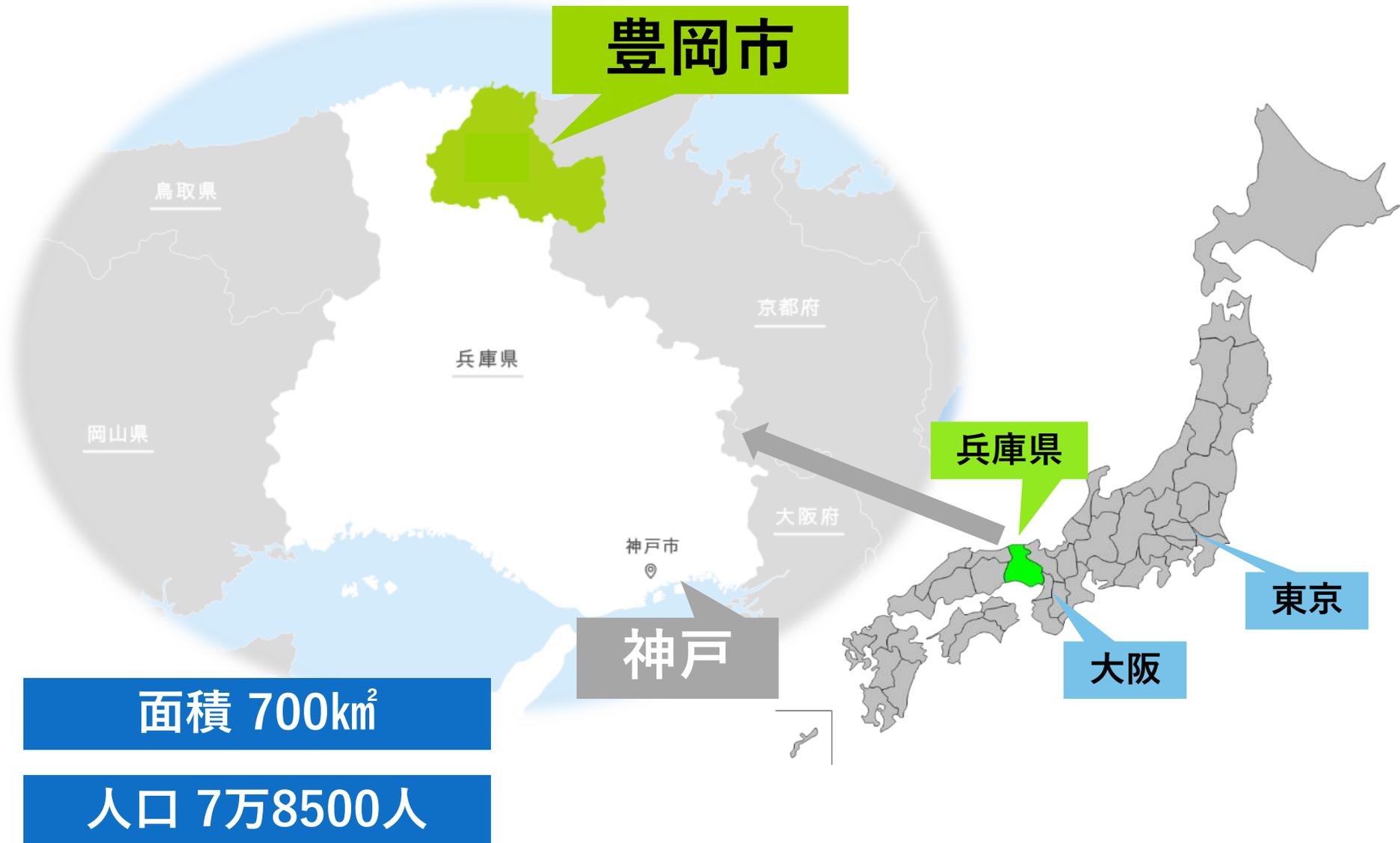
- 自己紹介
- 城崎温泉の紹介
- 豊岡観光DX事業について
 - データ基盤
 - 共通PMS
 - 地域Webアプリ
- 今後の展望



一 幡 堅 司

Ichiman Kenji

所属	豊岡観光イノベーション（豊岡DMO）
役職	観光DXリーダー
経歴	2015年 豊岡市入庁 2017年 楽天トラベルへ出向 2019年 豊岡観光イノベーション出向 現在5年目
主な担当業務	豊岡観光DX推進事業の推進
これまでの業務	<ul style="list-style-type: none">■ 英語版ローカル予約サイト「Visit Kinosaki」の運営■ 来訪者アンケート収集・分析業務■ SNS運用業務
趣味	カメラ、登山





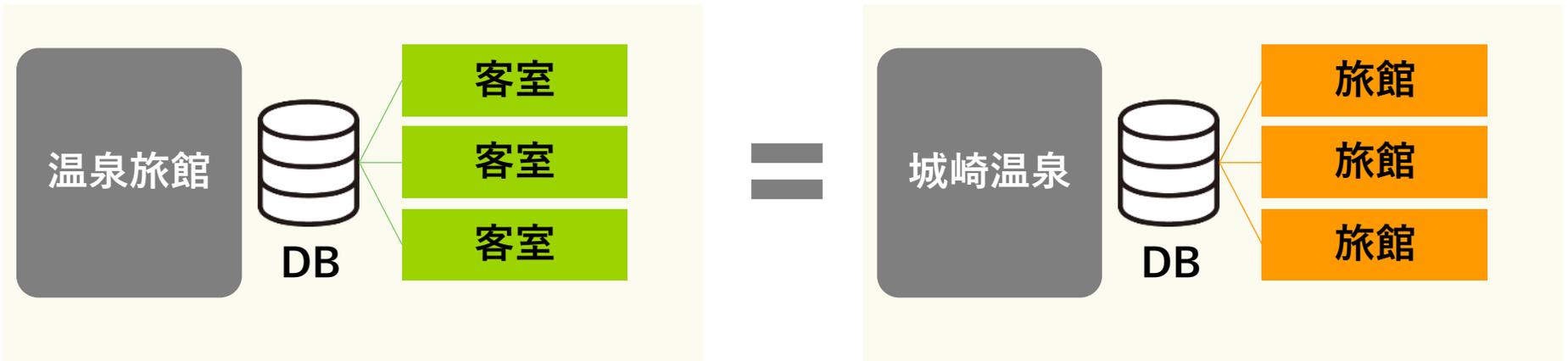


城崎温泉は「街全体が1軒の旅館」がコンセプト



駅が「玄関」、メインストリートは「廊下」、土産物屋は「売店」、
それぞれの旅館は「客室」、7つある外湯は「大浴場」

街全体がひとつの温泉旅館を「デジタル」で体現するために

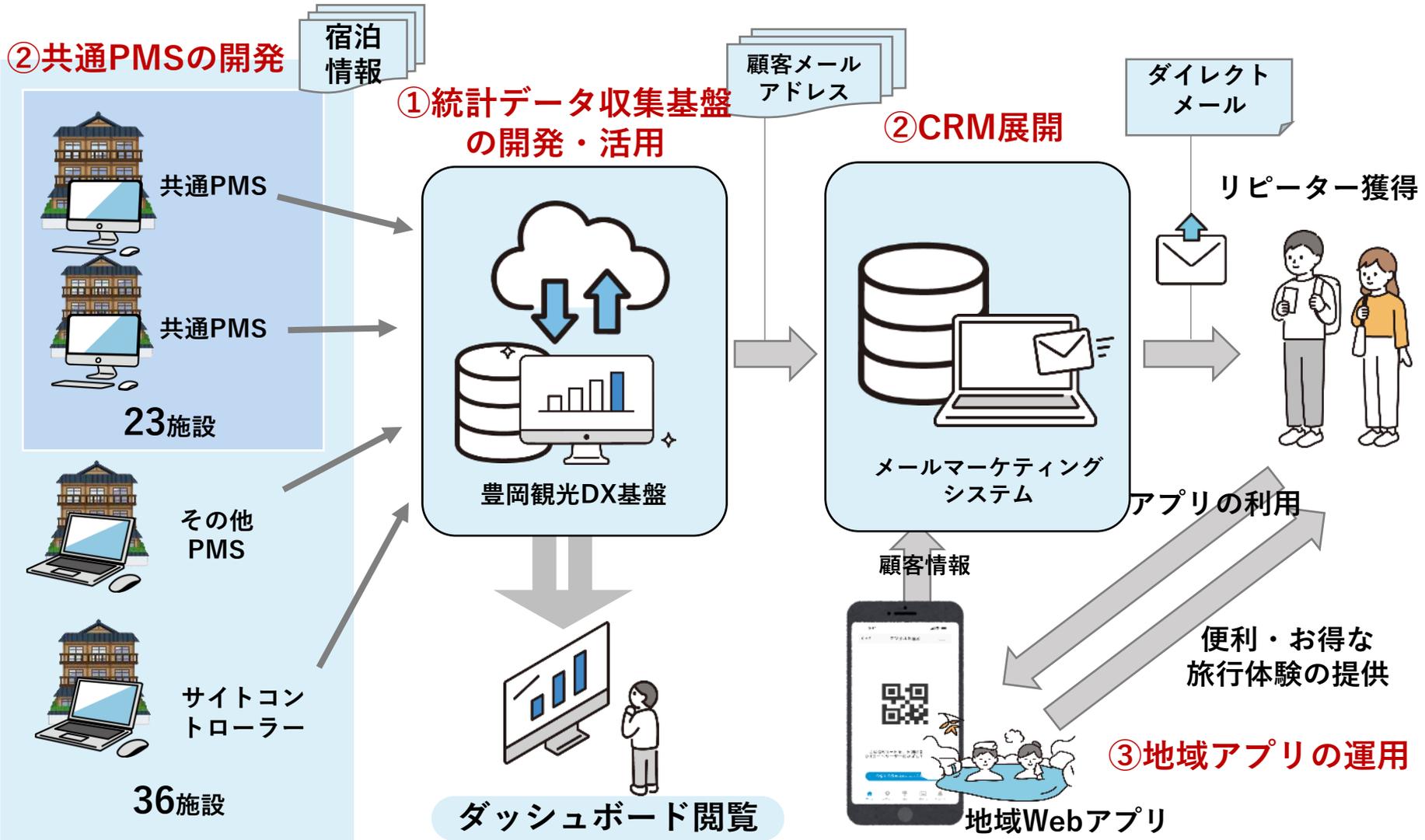


城崎温泉の宿泊データをリアルタイムで把握する手段を持っていなかった。これをエリア全体で実現しようとするのが豊岡観光DX事業のきっかけ

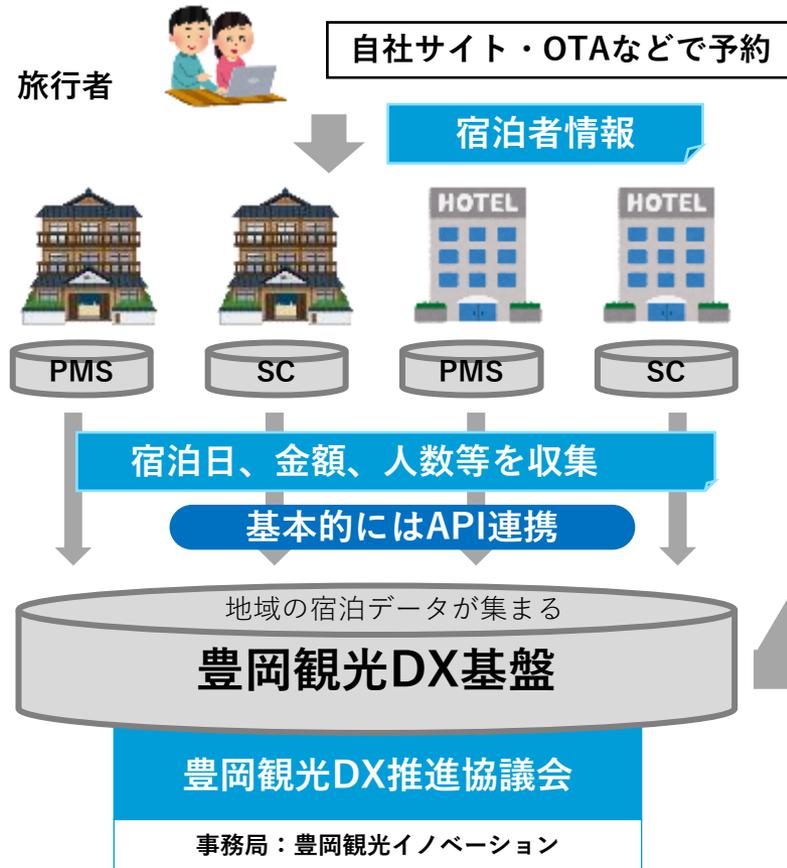
現状と課題の整理

	現状	課題	解決策
地域の観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 個人旅行の割合増加 お客様の個別ニーズにおもてなしが必要 	<p>お客様の満足度をより高めていきたい。</p>	<p>お客様の満足度向上</p>
	<ul style="list-style-type: none"> 繁忙期と閑散期に応じた価格設定 経営資源の適切な配分・管理の徹底 	<p>エリア全体の季節波動や先々の予約状況を知ること、客単価UPに繋げたい。</p> <p>通常の業務に加え、感染症対策が加わったため、業務の負担を軽減したい。</p>	<p>単価UP</p> <p>コスト削減/生産性向上</p>
行政DMO	<ul style="list-style-type: none"> 地域の状況をリアルタイムに把握できない 客観的・多面的なデータの取得× データに基づく意思決定が不十分 	<p>エリアの観光マネジメントを行う際、タイムラグなくデータを確認したい。</p> <p>そのデータを確認したうえで、現状に即した施策の転換を行いたい。</p> <p>データに基づく意思決定や日々の事業活動を充分地域に浸透させていきたい。</p>	<p>地域全体のタイムリーな統計データの把握</p> <p>迅速な施策の実施</p>

事業概要図



地域全体の宿泊データをリアルな数値を用いて統計化する



ダッシュボード閲覧

観光事業者



- 昨年と比較して予約増減がある日のヒートマップ化
- 需要を予測して収益を最大化するための価格推移の可視化
- 自社と地域の比較を行い、価格やプランの調整を行う

データの分析・共有

市やDMO

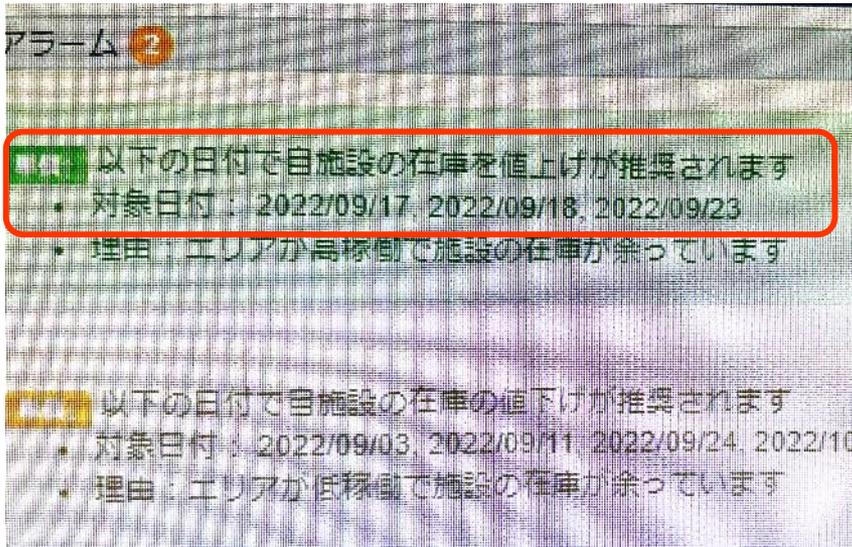


- エリア全体の宿泊データや観光指標（NPS、消費額、宿泊日数）の正確な値の把握
- データから得られるエリアの動向をレポートとして地域の事業者に共有
- 適切な販売管理（レベニューマネジメント）や経営改善のヒントとなるデータの使い方のサポート

①統計データ収集基盤の開発・活用

旅館Aの成果事例

①主な使い方	実際のアラート通知一月/日単位のエリア全体、グループ単位稼働率の確認
②利便性を感じる部分	単独旅館の長年の感覚ベースでプラン設定、価格設定をしていたが、エリア全体の動きを参考にすることで、より根拠あるアクションが可能になった。
③経営への貢献度	<ul style="list-style-type: none"> 夏休み後半、エリア、同価格帯、同規模旅館共に高稼働と認識し、9月のある日程の残室の販売プランを1泊朝食付きから1泊2食付きのみに設定。結果、昨年同曜日対比ADR+30%を達成。 9月の稼働率がエリア全体で伸びてないことを踏まえ、9月の休館日を2日増やすことで、コスト削減に努めている。



▲実際のアラームが出た画面



▲アクションの結果、9月該当日のADRが上昇した

①統計データ収集基盤の開発・活用

旅館Bの事例

①主な使い方	オンハンドダッシュボードでエリアの動向をチェック エリア別の予約分類別客単価をチェック
②利便性を感じる部分	自社で任意の施設を選び比較グループができる点
③経営への貢献度	<ul style="list-style-type: none"> 1泊朝食付プランの値付けを行う際に、1つの画面でエリア全体及び任意のグループの平均単価を閲覧でき、プラン調査の短縮に繋がっている。 これまではじゃらんnetや楽天トラベルのレポートや販売単価をそれぞれのページで確認しており、レポートやページを見る時間も多くなっていた。各OTA内で販売している範囲内に限られていた。

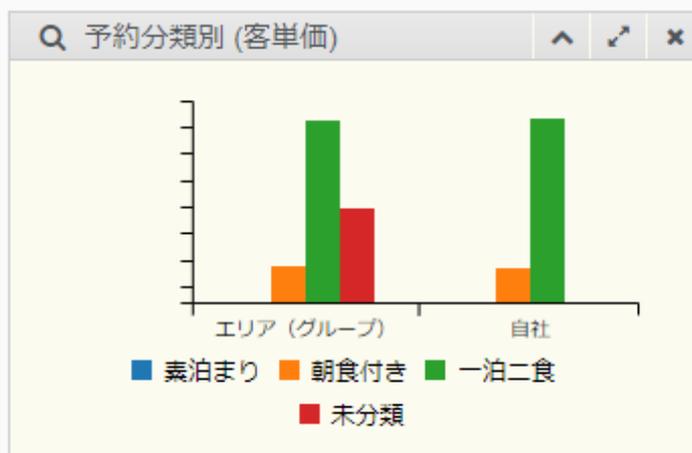
Q 検索

対象範囲

日付を指定する

対象日付

2023年05月03日



▲任意グループと比較画面
(予約分類別客単価)



▲任意グループとの比較画面
(稼働率)

共通PMS 事業概要

城崎温泉の宿泊施設においてPMSの統一化を進めるとともに、「豊岡観光DX基盤」を活用したCRMシステムを開発することにより、顧客の消費行動を把握し、その情報をもとに「顧客との関係を維持・向上させるためのアクション」を導き出し、実行していく仕組みを作り上げることを目指す。

(1) PMSの統一化

(2) 「豊岡観光DX基盤」を活用したCRMを開発する

(3) (2) を活用して観光地のCRMの仕組みを作り上げる

共通PMS導入について、地域への説明のトークポイント

- ①共通PMSの方が、長期的にはお得であること
 - ・ 面的に導入することで、1施設当たりのコストダウンとなる。
 - ・ 最安値とまではいかないが、今よりも安くなる施設が多い。

- ②共通PMSの方が、データの穴が少ない情報の収集が可能であること
 - ・ 市販のPMSは50種類以上で、宿泊形態によって様々なカスタマイズされている。
 - ・ 共通PMSにした方が同じデータカラムで宿泊者情報を収集でき、不足が少ない統計データとなる。将来的に、エリア全体と自社の正確な比較に役立てられるので、施設側にもメリットがある。

共通PMS

TOP画面例

The screenshot displays the 'accommod' PMS interface. At the top, it shows the user's role as '旅館版提供環境 様' and the current date and time: '2022-08-05 (金) 3923:42:28'. There are navigation tabs for 'タップ旅館', 'TAP HOTEL2', and '全選択'. A search bar is visible on the right.

伝言掲示板 (Message Board):

- 23/01/15 (日) 11:31 | [アコモド] 全国旅行支援が1月10日から再開します。従業員はマニュアルの再確認をお願いします。
- 23/01/15 (日) 11:32 | [アコモド] 1月の休館日は〇、〇、〇、〇、〇、〇日です。
- 23/01/15 (日) 11:40 | [アコモド] (事務局より) 施設マスターの確認をお願いします。

ご到着予定 (3) (Arrivals):

WTA	部屋割なし	テストゴロウ 様	2泊 0名 2室	08/07出発
JW	102号室	織田信長 様	1泊 2名 1室	08/06出発
JW	406号室	テストシロウ 様	1泊 3名 1室	08/06出発

滞在 (4) (Occupancy): 開く

ご出発予定 (1) (Departures):

チェックアウト

DU	日帰り予約	山田和弘 様	0泊 1名	¥60,000
----	-------	--------	-------	---------

Bottom Chart (Occupancy Rate):

Room Type	Count	Percentage
3室	(3名)	1.3%
8室	(9名)	3.5%
2室	(0名)	0.9%
0室	(0名)	0.0%

The chart shows occupancy rates from 08/04 to 08/11. The y-axis ranges from 0% to 120%.

共通PMS

■料理集計画面

板場（厨房）と連携のため必須とした機能。

任意の日程で、どの会場でどの料理が必要かが一覧で確認できる。

当日の準備は1日単位で出力する、仕入れなど目安には1週間単位で出力するなど旅館の体制にあった活用が可能となる。

食事集計表 *は必須入力項目です。

○ 対象年月* 2022/08

● 期間指定* 2022/08/01 から 2022/08/06 まで

表示 CSV作成 印刷

指定範囲: 2022/08/01 ~ 2022/08/06

食事名称	泊目別	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5	8/6	小計
朝食: お子様料理A	1泊目	0	0	0	0	0	0	0
	2泊目	0	0	0	0	0	0	0
	3泊目以降	0	0	0	0	0	0	0
	小計	0	0	0	0	0	0	0
朝食: 宴会場: 松	1泊目	6	0	0	1	1	0	8
	2泊目	0	6	0	0	0	0	6
	3泊目以降	0	0	0	0	0	0	0
	小計	6	6	0	1	1	0	0
朝食: 宴会場: 竹	1泊目	0	0	0	0	0	0	0
	2泊目	0	0	0	0	0	0	0

共通PMS

■入湯税設定画面

accommod 旅館版提供環境 様 2022-08-05 (金) 3923:48:52

- ホーム
- お部屋一覧
- フロント
- 予定表
- 予約
- 日付変更
- 帳票
- 顧客
- 設定
- 施設設定

入湯税

	計上科目(宿泊)	税額(宿泊)	計上科目(日帰り)	税額(日帰り)	
大人	入湯税	150円	入湯税	150円	編集
子供A	入湯税	150円	入湯税	150円	編集
子供B	入湯税	150円	入湯税	150円	編集
子供C	入湯税	150円			
子供D	入湯税	0円			

売上日報

対象日 22/08/04

科目分類	科目コード	科目名	【日 報】			【月 報】		
			数量	金額	構成比	数量	金額	構成比
室料	RM	室料	3	83,684	46.8%	14	307,326	46.8%
	DC	割引	0	0	0.0%	0	0	0.0%
		(小計)	3	83,684	46.8%	14	307,326	46.8%
食事代(食)	ML	プラン食事代	3	95,000	53.2%	11	360,000	53.2%
		(小計)	3	95,000	53.2%	11	360,000	53.2%
■売上小計			6	178,684		25	667,326	
税金	CT	消費税	3	17,866	10.0%	12	55,816	8.3%
		消費税8%	0	0	0.0%	0	0	0.0%
	BT	入湯税	3	450	0.3%	11	-117,750	-17.5%
■売上合計			12	196,990		46	605,382	

入湯税設定画面で記載した金額は宿泊人数や大人子供区分に応じて売上日報や帳票に反映される。

②共通PMSの開発・CRM展開

■開発したシステム名

共通PMSとAPIで繋いだCRMシステムのメール配信機能

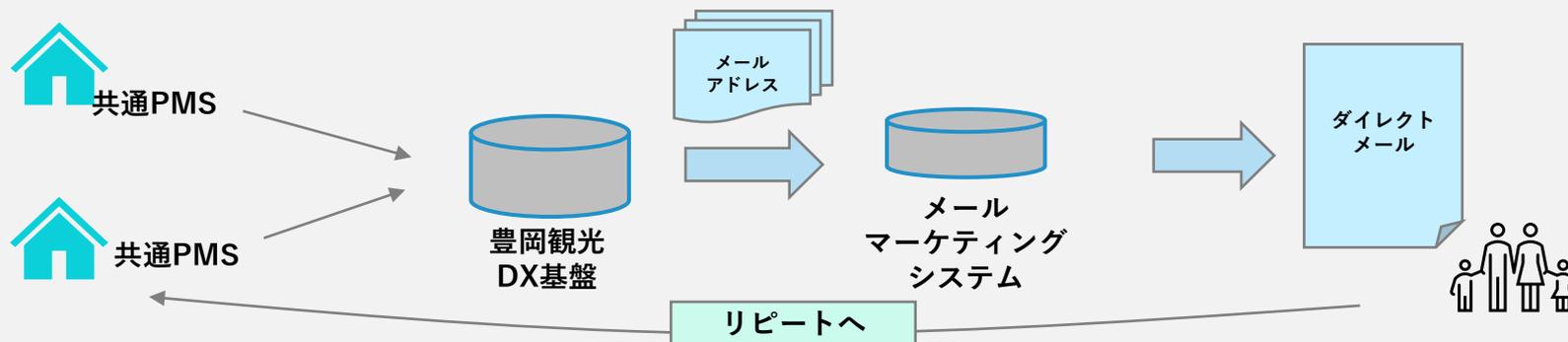
■共通PMS

- 施設の顧客管理・会計管理がより便利になった。
- 入湯税の計算や食事が簡略化され、業務時間の軽減に繋がった。
- ばらばらのPMSでは実現できなかった、整ったデータメッシュで、不足した項目が少ない顧客データを集めることができた。

■メールマーケティングシステムの導入

- クリック数や開封率の把握でマーケティングのPDCAに活用することができた。
- リピーターとなっていただくような情報発信を効率的に実行

豊岡観光DX 観光CRMモデル



地域Webアプリ「豊岡市スマホ観光ナビ」を展開。

エリア全体への誘客のため、また来たくなる仕掛けやアプリ自体にログインしてもらう仕掛けを実装することで利用ユーザーを増やす。主な機能として、紙の宿泊者用城崎温泉外湯券がスマホ上で利用可能、クーポン機能、スポット情報の閲覧、旅の思い出機能などを実装

周遊を促進し観光消費額UP



ユーザーデータを取得してマーケティングに活用



クーポン表示



デジタル外湯券

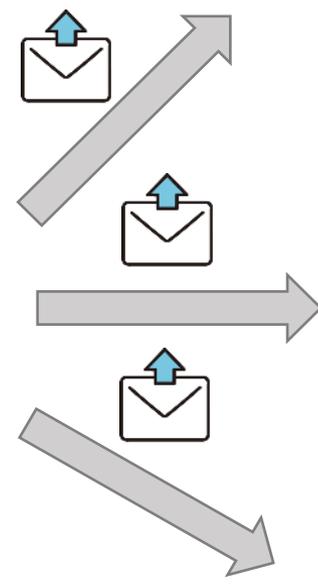
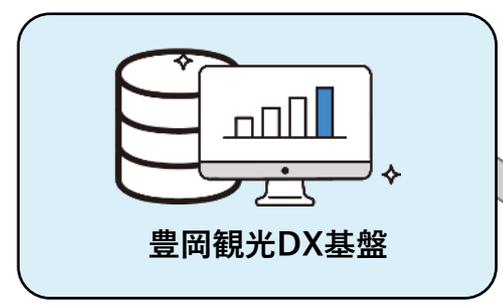


来訪スポット履歴

KPI	2023年上半期	昨年比
来訪者のリピーター率 (訪問者のうち過去1年以内に訪問した人の割合)	35.3%	+3.0%
平均宿泊日数	1.17泊	+6.8%
宿泊客の1人1泊当り観光消費額	27,370円	+14.5%
NPS	26.0	+3.1pt
共通PMS導入施設数	23軒	—
地域Webアプリ参加者数	3,451件	—

CRMの発展

共通PMSデータやアプリ登録者のほか、来訪者アンケートデータやキャンペーンで収集したメールアドレスを積極的に活用



今の取り組みと今後の展望

毎月のレポート配信

■目的

DX会員にダッシュボードから分かる過去の実績・需要予測や地域のイベント情報を毎月レポートにして配信

■工夫したこと

- ・リテラシーが低い施設にも伝わるよう、表現に注意して作成
- ・祝日や松葉ガニ解禁以降の土曜日の動きなど、TTI独自の予測を入れ込む

■会員の反応

- ・知らない情報や予約の動きなど、大変ありがたく見ている（城崎・旅館業）
- ・昨年との比較データがあれば、なおよい（城崎・旅館業）
- ・仕入れや営業日の参考にしている（城崎・小売業）

協議会内のみ使用

DXデータ分析ガイド

～数字の解釈から洞察へ～
(9月分)

このレポートは豊岡観光DX協議会会員にデータ活用レポートとして共有し、自身の経営改善に活かしていただくとともに、競合地域の把握を行い地域の戦略策定のヒントとして役立てるものです。活用方法について、詳しく知りたい方は事務局までご連絡ください。

豊岡観光DX推進協議会
一般社団法人豊岡観光イノベーション

協議会内のみ使用

今後の動き

12月

■年末の比較 (2023年10月01日時点)
2022年12月29-31日 VS 2023年12月29日-31日

ターゲット
12月29日～31日

8月終わりのころから昨年レベルの動きに

【コメント】
2023年と2022年の年末の予約の入り具合を人数ベースで比較しています。7月～8月は昨年を下回るペースでしたが、8月終わりのころから予約が動き始め、現時点では大きな差はなく、昨年同様に近い人数で推移しています。現時点での年末年始の稼働は、人数ベースで昨年の97%、売上ベースで昨年の85%まで達しており、さらに伸びることが想定されます。施設の営業体制などをよく確認し、コロナ後公的な旅行支援がない初めての年末を迎えましょう。

協議会内のみ使用

9月の振り返り

概要

都道府県ランキング ※不明分は除く

稼働率が特に高かった日、低かった日

2023年 9月													
27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9
17	18	19	20	21	22	23	10	11	12	13	14	15	16
24	25	26	27	28	29	30							

【都道府県別ランキング】
・大阪・兵庫・京都で全体の55%を占めています。
・東京都は昨年9月のシェアは4.9%だったが、今年は6.3%をシェアが増えています。

【稼働率】
・稼働率70%以上： 16、17、23、30日
・稼働率40%以下： 27日

今の取り組みと今後の展望

勉強会開催

■目的

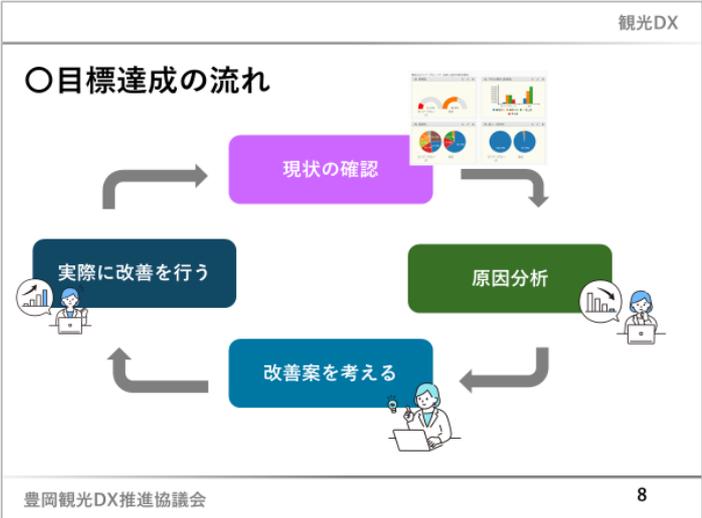
会員に対し、ダッシュボードを渡すだけでなく、データの活用方法や事例を共有することで、データ活用への認識を高めてもらうとともに、ダッシュボードのメリットを感じてもらう。

■工夫した点

- ・ダッシュボードの使い方だけでなく、数字をどう活用するか、に重点を置いた。
- ・ダッシュボードをより活用するためのチェックリストを作成・共有した。

■2023年度実績

- ・2023年6月：11施設参加 2023年10月：9施設参加



TOYOOKA TOURISM INNOVATION

基本的な目標は、「売上のUP」(「単価のUP」「RevPARの向上」)

売上 = 単価 × 認知度 × 予約率

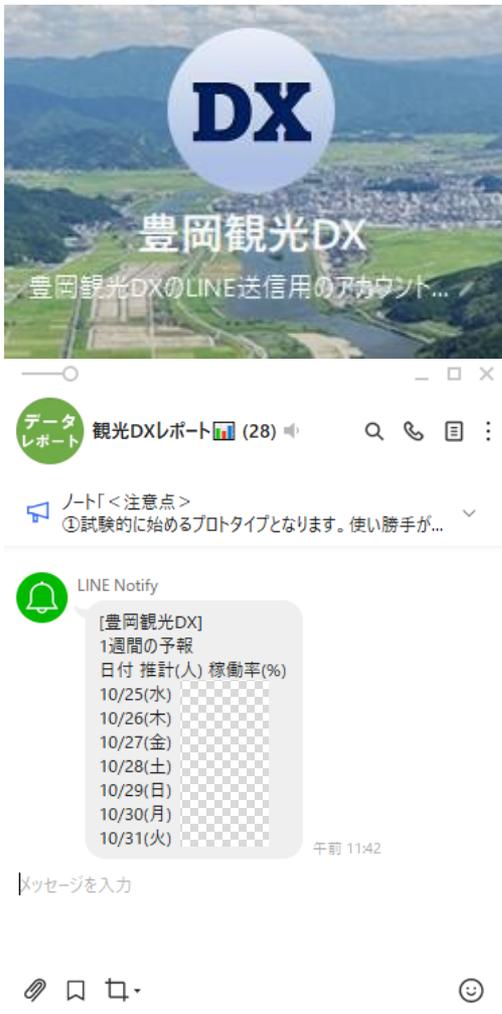
- ・ 客単価 =
 - ・ 素泊まりより、朝食つきより、2食つき
 - ・ 2食付きでも、通常様石より但馬牛付様石
 - ・ RevPARの向上(稼働率と合わせて)
- ・ 部屋単価 =
 - ・ 2名宿泊よりも3名、3名宿泊よりも4名
- ・ 認知度 = Webサイト、広告、マスメディア
- ・ 予約率 = とがった点、魅力的な部分、口コミの評価、空室がある、予算が合う

これらを上げるためには、数字の確認が必須。そのためのDXダッシュボード

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

今の取り組みと今後の展望

豊岡観光DX基盤のデータと過去の統計データを組み合わせ、日次の推計値を配信



- 頻度：平日毎朝
- 期間：当日を含む1週間先まで
- 内容：日ごとの推計値と稼働率

- 推計：宿泊人数 + 日帰り人数の城崎温泉全体の推計値
 - ・ 【宿泊】DX基盤接続施設36施設のオンハンドを抽出。城崎温泉全体に割り戻し、温泉街全体の推計とする。
 - ・ 【日帰り】過去の豊岡市推計値から宿泊vs日帰りの比率を割り出し、上記宿泊人数推計から日帰り人数を割り出す。
- 稼働率：DXデータ基盤から抽出

DX接続施設や協議会施設のみの数字ではなく、
城崎エリア全体の推計値を出すことで、飲食店や物産店の営業・商品開発に活かしてもらう。

ご清聴ありがとうございました。