第2回東北観光DMP担当者会議資料

VISITはちのへの概要と データ活用事業について

(一財) VISITはちのへ2023年9月27日

今日の内容



- ・VISITはちのへについて
- ・VISITはちのへのデータ活用現状 保有データと活用方法
- ・東北観光DMPの活用内容について
- ・東北観光DMPの活用にむけて

八戸観光 コンベンション協会 (観光誘客) 八戸広域 観光推進協議会 (観光誘客) 八戸地域 地場産業振興センター (物産振興) 八戸市 物産協会 (物産振興) 八戸市 (<u>観光誘客</u>・ 物産振興)

2019年(平成31年) 4月1日 一般財団法人VISITはちのへ設立

設立(統合)ねらい

- ①観光誘客と物産振興の融合による相乗効果
- ②物産振興事業による地域の「稼ぐ力」の醸成
- ③重複業務削減による業務効率化
- 4 専門人材採用と人材育成による持続可能な組織作り

当団体のマネジメントエリア



・青森県太平洋側の南東部に位置し、8市町村で構成される人口約33万人(うち、八戸市人口22万人)の北東北の中核都市圏

く行政的な繋がり>

- ・消防、ごみ・し尿処理、介護福祉などに 関する業務を行う「八戸地域広域市町村 圏事務組合」(昭和46年4月1日設立、 現構成体となったのは平成18年3月)
- ・2017年八戸圏域連携中枢都市圏を形成

く生活的な繋がり>

・古くから、文化面、経済面での交流があり、通勤/通学の関係からも生活圏として 一体であった地域。



VISITはちのへ

企画広報課

主要業務

- ・HPやSNS運用やプレス リリースを通じた情報発信
- ・デジタルマーケティング
- ・MICE対応
- ・インバウンド対応
- ・各種データ収集と分析

物產振興課

主要業務

- ・お土産売場の管理運営
- ・オンラインショップ
- ・物産展出展
- ・ふるさと納税(市受託)
- ・物産品新商品開発

誘客推進課

主要業務

- · 行催事運営事務局
- 旅行商品造成支援
- ·地域外周遊施策
- · 旅行会社対応

総務管理課

主要業務

- · 貸館 · 宿泊事業
- ・八戸市保有の観光施設等の指定管理及び業務受託
- 経理
- ・人事

※赤字部分は発言者 の主な担当業務

保有データ(抜粋)の取得方法とわかること



保有データ	データ取得方法	わかること
HPの閲覧状況	GA4(Googleが提供する管理画 面)	・HPの閲覧状況(滞在時間) ・ユーザー数
自社で運営しているSNS (X、Facebook、Instagram、LINE)	各SNSが提供する管理画面上の数値	・フォロワー数 ・反応が良いコンテンツ
はちのヘエリア内延べ宿泊者者数	各宿泊施設からの提供	・延べ宿泊者 ・客室稼働率 (地域としての繋閑期)
日本人来訪者のはちのヘエリアへの 来訪状況	来訪者向けアンケート (アンケート回答画面へ遷移する QRコードを読み込んで回答)	居住エリア、来訪経験、来訪目的、 来訪人数地域内消費額、来訪者の満 足度とその理由
外国人来訪者のはちのヘエリアへの 来訪状況	来訪者向けアンケート (アンケート回答画面へ遷移する QRコードを読み込んで回答)	居住する国、来訪経験、来訪目的、 来訪人数地域内消費額、来訪者の満 足度とその理由

現状保有データでわかっていないこと/できていないこと

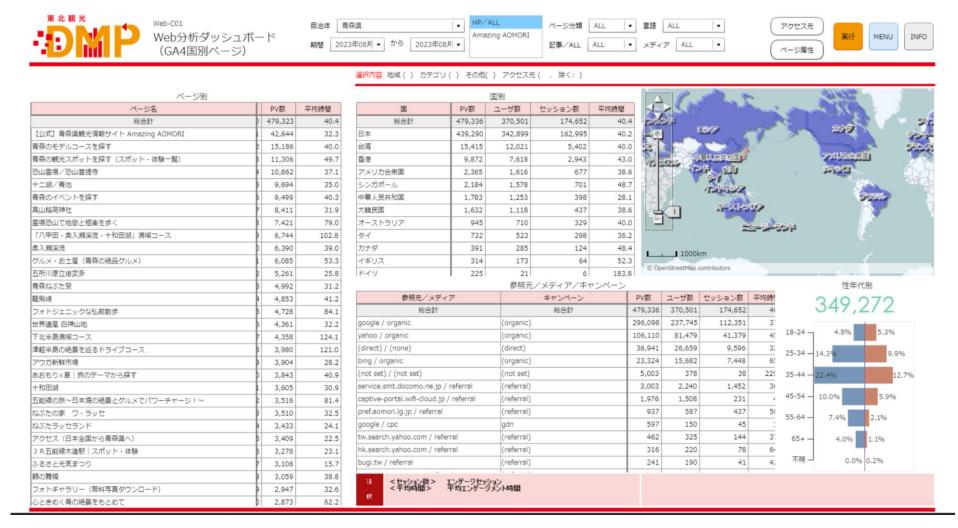
1 当団体のHPやSNSの閲覧状況について、昨年度の比較はできるものの、例えば青森県や東北観光推進機構が運用するHPやSNSと比べてどのような傾向なのか?

2 当団体が事務局を務める最大の夏祭りは、県外からの集客につながっているのか? また、八戸市以外の管轄エリアに送客が十分にできているのか?

3 特に来訪客が多いエリアは台湾からの来訪者とわかっているが、来訪が消費につながっているのか?消費に繋げるために、どのように発信すべきか?



1 当団体のHPやSNSの閲覧状況について、昨年度の比較はできるものの、例えば青森県や東北観光推進機構が運用するHPやSNSと比べてどのような傾向なのか?



- 当団体HPの8月の閲覧状況 と比較して、
- ・当団体HPの平均閲覧時間は76秒。
- ・当団体HPのユーザー数 は136,295。
- ⇒最終的な目的地を調べる という役割=当団体のHP と定義すると、平均閲覧時 間が長いことは上記の役割 を果たしていると言えるが、 ユーザー数についてはまだ よだ低いので、更にHPへ の集客も必要。
- ⇒ユーザーが多い中で当地 域のコンテンツの閲覧数が 少ないことも課題

VISIT HACHINOHE

東北観光DMPを使ってみた結果

課題 1

1 当団体のHPやSNSの閲覧状況について、昨年度の比較はできるものの、例えば青森県や東北観光推進機構が運用するHPやSNSと比べてどのような傾向なのか?



- ・自社Instagramと比較して、 1投稿当たりのリーチ数(約 5,000)は圧倒的に県 Instagramが強い。
- ⇒当団体での発信強化を行うことも必要だが、リーチ数が多い 県Instagramで発信してもらう 県側への情報提供も必要。

自地域の投稿を調べるにあたって、キーワード検索ができると 便利



1 当団体のHPやSNSの閲覧状況について、昨年度の比較はできるものの、例えば青森県や東北観光推進機構が運用するHPやSNSと比べてどのような傾向なのか?

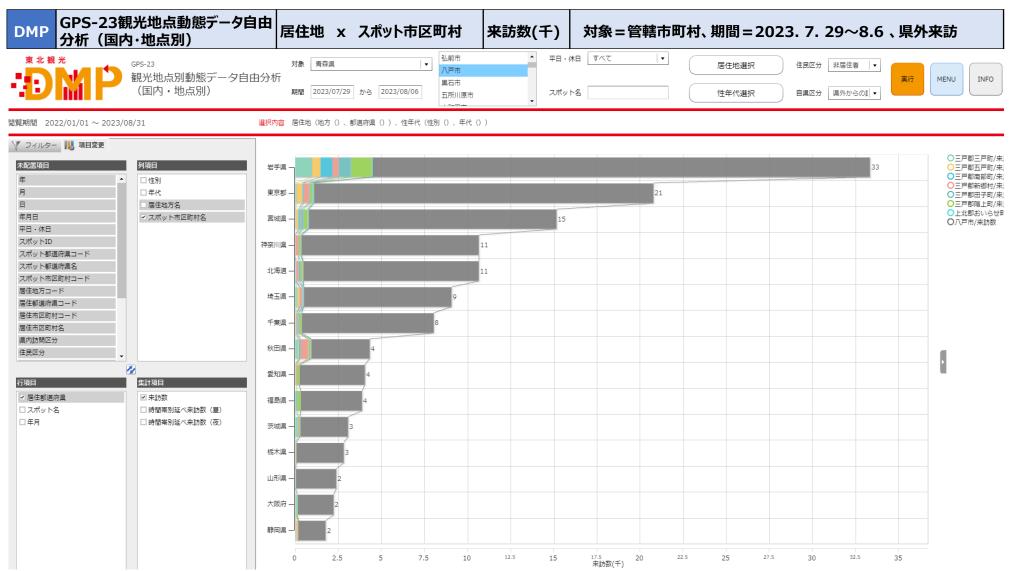
Instagram分析ダッシュボード													
ページ概要	フォロワー分析	投稿分析	広告分析										
コメント数 保存数						いいね数							
17 122					2,037								
指定期間の投稿一覧													
内容					リンク先	投稿日	リーチ人数	インプレッション	エンゲージメント	反応率	いいね		
Join in the fun of "Imoni Parties," a traditional autumn custom in Tohoku, Japan! While the most famous seasonal event in Japan is "Hanami" (flower v					ď	2023-08-28	661	829	56	6.8%	1		
The traditional crafts that were once made by master artisans of the Sendai domain ruled by Masamune have been passed through generations to the prese					C	2023-08-24	634	761	64	8.4%			
Zuiganji Temple is a symbol of Matsushima, a scenic spot in a quiet bay with more than 260 islands of various sizes. This zen temple built by Date Mas					C	2023-08-23	995	1,204	115	9.6%	10		
Date Masamune was one of the most famous cultural figures of his time. His residence, Sendai Castle, incorporated the essence of the extravagant Momoy				ď	2023-08-22	371	441	39	8.8%				
Feel like you*re underwater! Asamushi Aquarium, located in Aomori City, Aomori Prefecture, is the northernmost aquarium in Honshu. Visitors can get up				C	2023-08-18	366	411	23	5.6%	1			
Experience Modern Japanese Living, Beginning With a Visit to Iwachu Tekkikan Museum Nambu ironware is recognized as among the finest iron castings glo				C	2023-08-15	497	598	58	9.7%	1			
Enjoy a Full Day of Fun at Koiwai Farm Makibaen! Koiwai Farm Makibaen is a vast expanse of land with the majestic Mt. Iwate in the backdrop. The park					C	2023-08-14	411	513	29	5.7%			
Take a Fantastic Nighttime Stroll in the Sky With the Shizukuishi Ginga Ropeway! Embark on a nighttime aerial ropeway ride under the twinkling stars!					C	2023-08-13	607	742	73	9.8%			
Bolivia*s Salar de Uyuni is renowned for its "Mirror of the Sky" effect, where the sky is beautifully reflected on the surface of the lake. A similar				C	2023-08-09	526	578	49	8.5%				
Savor Seasonal Dishes at a One-Star Michelin Restaurant, Kaiseki Shusekian Kaiseki Shusekian is a one-star Michelin Japanese restaurant that is run by.				C	2023-08-07	534	654	47	7.2%	7			
Thanks to @mikaeradesu for the great photo! • • • • Mount Zao, a cluster of stratovolcanoes that straddle the border between Yamagata and Miyagi, offers				C	2023-08-07	518	650	46	7.1%				
Get a Behind-The-Scenes Tour of the Knife-Making Process at Tojiro Open Factory Tojiro, a kitchen knife manufacturer known for its both traditional an				C	2023-08-06	445	585	38	6.5%				
	: コンテンツを一回以上見た, : 投稿記事が表示された回数 : 投稿に反応した利用者による			プージメント÷インプレッション ニュメントした人数 ミュナ 1数					'	'			







2 当団体が事務局を務める最大の夏祭りは、県外からの集客につながっているのか? また、八戸市以外の管轄エリアに送客が十分にできているのか?



祭時期における当 該エリアへの県外 からの来訪は「岩 手・東京・宮城・ 北海道・神奈川」 がTOP5である。

⇒東北は車、首都 圏は新幹線、北海 道はフェリーによ る来訪の可能性が 高い



2 当団体が事務局を務める最大の夏祭りは、県外からの集客につながっているのか?また、八戸市以外の管轄エリアに送客が十分にできているのか?



⇒近隣県(岩手・ 秋田)以外からの 来訪者は八戸のみ の滞在が多いと考 えられる。



2 当団体が事務局を務める最大の夏祭りは、県外からの集客につながっているのか? また、八戸市以外の管轄エリアに送客が十分にできているのか?



三社大祭+前後土 日(7/29-8/5) の期間では祭期間 (7/31-8/4)は八戸 市への滞在割合が 大きいが、前後日 は周遊している。

⇒三社大祭の周辺 地域への集客効果 は前後で起こる可 能性がある。

3 特に来訪客が多いエリアは台湾からの来訪者とわかっているが、来訪が消費につながっているのか?消費に繋げるために、どのように発信すべきか? 対象地域:八戸市 データ期間:2023年1-3月



⇒タイの立ち 寄り来訪の可 能性有



特に来訪客が多いエリアは台湾からの来訪者とわかっているが、来訪が消費につながって いるのか?消費に繋げるために、どのように発信すべきか?

対象地域:八戸市 データ期間:2023年1-5月 年月 2023年01月 ▼ から 2023年05月 ▼ 消費購買分析ダッシュボード (訪日) 選択内容 対象地域(都道府県() 市区郡(八戸市) 除外都道府県市区郡()) 国籍() 業種() 除外業種() 1 総合 (国·業種) 月別傾向 2 総合 (時系列) 3 国籍別ランキング 4 業種別ランキング 202301 202302 202303 202304 時間帯別傾向 125

利用金額は4月・ 5月が1-3月に比 べると、多い。

⇒宿泊実績でも 同様の傾向があ ることから、冬 季よりも、

「桜」需要で人 が動き、消費を 生んでいる可能 性がある。



3 特に来訪客が多いエリアは台湾からの来訪者とわかっているが、来訪が消費につながっているのか?消費に繋げるために、どのように発信すべきか?

対象地域:八戸市 データ期間:2023年1-5月

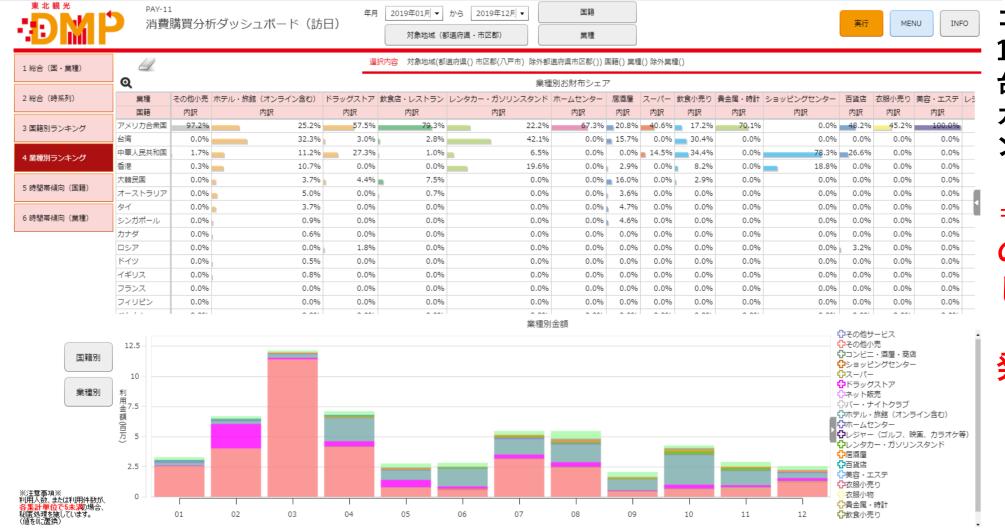


利用件数及び利用金額ともに、アメリカがトップ。その理由は、八戸市に隣接する三沢市に在日米軍基地がある影響。

⇒利用件数及び利用 金額ともに台湾は4 位。地域側でクラン があり、 で があり、 現金払いの 可能性がある。



3 特に来訪客が多いエリアは台湾からの来訪者とわかっているが、来訪が消費につながっているのか?消費に繋げるために、どのように発信すべきか? 対象地域:八戸市 データ期間: 2019年1-12月

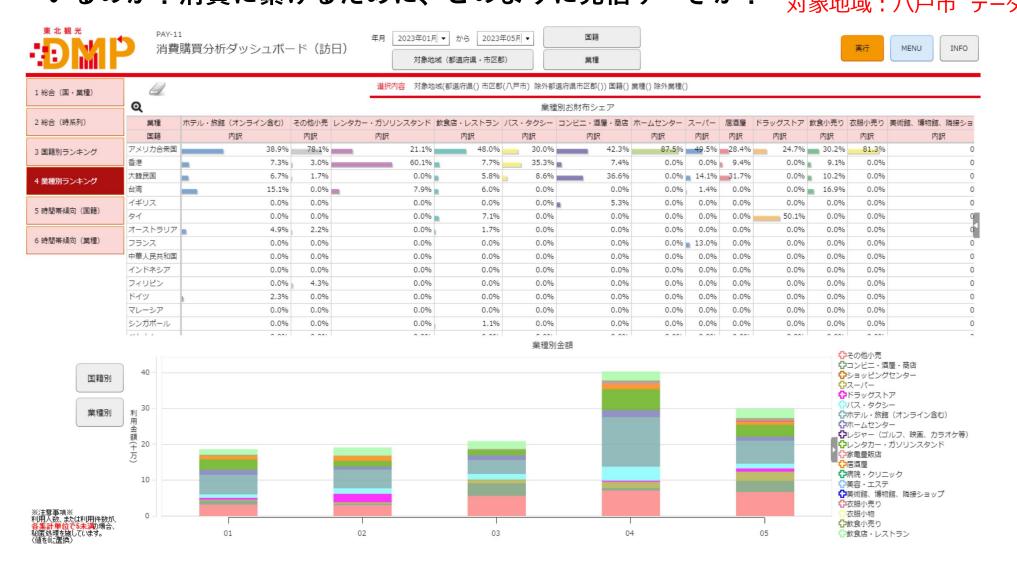


コロナ前の2019年 1-12月の消費額では、 台湾・香港のレンタ カー・ガソリンスタ ンドの利用が多い。

⇒レンタカーで の移動を前提と したモデルルー トの整理と情報 発信が必要。



3 特に来訪客が多いエリアは台湾からの来訪者とわかっているが、来訪が消費につながっているのか?消費に繋げるために、どのように発信すべきか? _{対象地域:八戸市 データ期間:2023年1-5月}



2023年1-5月実績では、台湾は延べ宿泊者数で多いが、レンタカー利用は少ない。

⇒台湾、夏から秋にかけて、紅葉シーズンに向けて 動いている可能性が高い。

地元の紅葉情報は 出せているのか? 十和田に行く以外 の選択肢も検討し てもらう必要もあ る。

1ユーザーとしての所感



1 レポート機能があると便利(今は画面キャプチャーやExcel出力での集計実施)

2 例えば、動態データであれば推計値であるので、数値自体に意味があるというよりは、数値の比較において多寡を見ることにより傾向を把握することが大事。また、どのようなデータでも、データの定義を確認した上で理解することが必要。

3 自団体の保有データや外部データとも重ねてみる。そうすることで、より傾向 を正確に把握できるようになると考えています。

東北観光DMPの有効活用に向けて

見るのは、天気マニアですが、みなさまは天気マニアになりたいですか?



1 データは、仮説や課題に対して、カンや思い込みに依らない、意思決定の根拠やヒントとした活用するもので、データそのものは答えではないと思います。仮説や課題や、そこまで至らなくても、何か先立つものがない中で、データから答えを見つけようとすることは、はっきり言って無理です。例・・・天気予報を1つのデータとして考えた際、天気予報(温度や降水確率)を見るのは、傘が必要か、ジャケットが必要か、長靴が必要かを判断するためであると思います。これらの判断を伴わない天気予報を

- 2 自組織の取組について、数値化(データ化)されていることについて、一度整理してみることがまずは必要であると思います。その上で、自組織の取組が改善されるために、どのようなデータが必要なのか見通しをつけて、東北観光DMPに向き合ってみてはどうでしょうか?
- 3 各DMOや自治体においては、出向及び人事異動で人が入れ替わりがち。人の異動と共にデータ活用の意義やデータ活用のノウハウ引継ぎがなされない可能性が高いので、データ活用の組織内定着やデータを見るハードルを下げるために、東北観光DMPの活用事例について共有や利用団体の業務フローを理解した上での講習会等、東北観光DMP使用に関するサポートを東北観光推進機構様へ毎年お願いできれば幸いです。