

広島県の観光データを活用した誘客および消費促進の実証実験概要

目的

データ(人流、SNS、アンケート等)を活用し、**観光客のジャーニーを明確化**。施策と人流増加の因果関係を解明することで、観光施策効果を検証

背景

広島県観光連盟(HIT)はこれまでオープンデータなどを活用し、観光客の増加に向けた誘客施策を検討。しかし、**データの量や質が十分ではない**ことから、国内・インバウンドを含めた観光客の属性、流入経路、周遊ルートなどの実態把握が難しく、**効果的な施策の実現および効果検証に課題**

取組イメージ

データの力で広島県における観光客の理解促進と、効率的な施策の実行、さらにデータに基づく戦略策定をめざす

役割

企業	役割
広島県観光連盟 (HIT)	・広島県観光課題の抽出 ・HYPPやKINSAIアプリを使った顧客体験の向上施策の実行
早稲田大学	・課題因果分析、および課題解決に向けた施策の検討
インテージ	・本実証実験に関連したデータ分析(基本集計)
電通総研	・SNS分析
NTT Com	・全体のプロジェクトマネジメント ・アクションプランの検討 ・人流データの提供、アンケートの実施 (将来はHYPPなど観光PF/自治体PFを構築外販)

データ収集・可視化

より確からしいデータによるお客様の理解

- ・訪日客属性(モバイル空間統計による国や宿泊者数など)
- ・流入経路、周遊ルート(利用空港、前後訪問地など)
- ・SNS分析データ(評価、動態など)

データ活用戦略立案

データに基づく戦略策定

- ・中期戦略の策定
- ・KPI設計とモニタリング
- ・検証と振り返り

施策実行と分析

データを活用した施策実施と検証

- ・選ばれるための施策(Whoの明確化)
- ・人を中心とした施策の実施(観光大使)
- ・仮説に基づく施策の実施

