

第5回 観光DX推進のあり方に関する検討会

令和5年1月20日(金)

事務局説明資料

最終報告書のとりまとめに向けて本検討会では今後、KPIとロードマップについて議論を進める予定。

KPIについては、中間取りまとめにおいて4つの検討の柱ごとに以下の通り定められているが、「I. 旅行者の利便性向上・周遊促進」、「II. 観光地経営の高度化」については、現状の数値の計測及び目標値の設定にあたり、そのための基準について明確化が必要。

また、「III. 観光産業の生産性向上」については、次年度以降、API連携の推進を図るためデータ仕様の統一化に向けて検討を進めるにあたり、優先的に取り組む事項と検討の枠組みについて整理することが望ましい。

さらに、ロードマップについては、デジタル田園都市国家構想総合戦略（令和4年12月23日閣議決定）において、次ページ以降に示す通り、観光DXについても2023年度から2027年度までの5か年の道筋が示されているが、次回会合において、これまでの議論の結果を踏まえて、追記・詳細化が必要。

検討の柱

設定したKPI

I. 旅行者の利便性向上・周遊促進

地域全体を包括する情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイトを保有している登録DMOの数

II. 観光地経営の高度化

経営戦略に加えて、デジタル化やDXを推進するための要素が盛り込まれた戦略を策定している登録DMOの数

III. 観光産業の生産性向上

複数の事業者を巻き込んだ地域単位でのレベニューマネジメント実施数

IV. 観光デジタル人材の育成・活用

「ポストコロナ時代を支える観光人材育成に向けた産学連携協議会」において現在検討中であることから、その結果を踏まえて策定

< I . 旅行者の利便性向上・周遊促進 >

#	総合戦略本文の抜粋・要約	2023年度	2024年度	2025年度 ～2027年度
1	旅行者の周遊等を促すリアルタイム性の高い情報発信と旅行者の嗜好・移動・購買等に関するデータに応じたマーケティング等の普及促進	DMOによるデジタルマーケティングの強化等の推進		
2	多様な地域の資源を活用したコンテンツ造成と地域の魅力発信・プロモーション	多様な地域の資源を活用したコンテンツづくりや地域の魅力発信・プロモーション等の実施		

< II . 観光地経営の高度化 >

#	総合戦略本文の抜粋・要約	2023年度	2024年度	2025年度 ～2027年度
1	顧客管理のデジタル化の加速と事業者間・地域間でのデータ連携による地域全体の収益力強化	顧客管理のデジタル化等の促進及びデータ連携を実現した先駆モデルの創出	顧客管理のデジタル化等の取組の加速及び先駆モデルの横展開	
2	DMOによるDX推進に向けた戦略策定の推進	DMOによる戦略策定の推進		
3	旅行者の周遊等を促すリアルタイム性の高い情報発信と旅行者の嗜好・移動・購買等に関するデータに応じたマーケティング等の普及促進（再掲）	・ DMOによるデジタルマーケティングの強化等の推進		
4	DMOに対するデジタル実装に向けた支援強化等	<ul style="list-style-type: none"> ・ DMOの体制強化の推進 ・ JNTOと地域との連携強化の推進 		

<III. 観光産業の生産性向上>

#	総合戦略本文の抜粋・要約	2023年度	2024年度	2025年度 ～2027年度	
1	顧客管理のデジタル化の加速と事業者間・地域間でのデータ連携による地域全体の収益力強化（再掲）	顧客管理のデジタル化等の促進及びデータ連携を実現した先駆モデルの創出	顧客管理のデジタル化等の取組の加速及び先駆モデルの横展開		
2	宿泊施設、観光施設等の地域単位でのDX推進等による高付加価値化	宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去、面的DX化などの取組への計画的・継続的な支援策などにより、地域の「稼ぐ力」の強化			

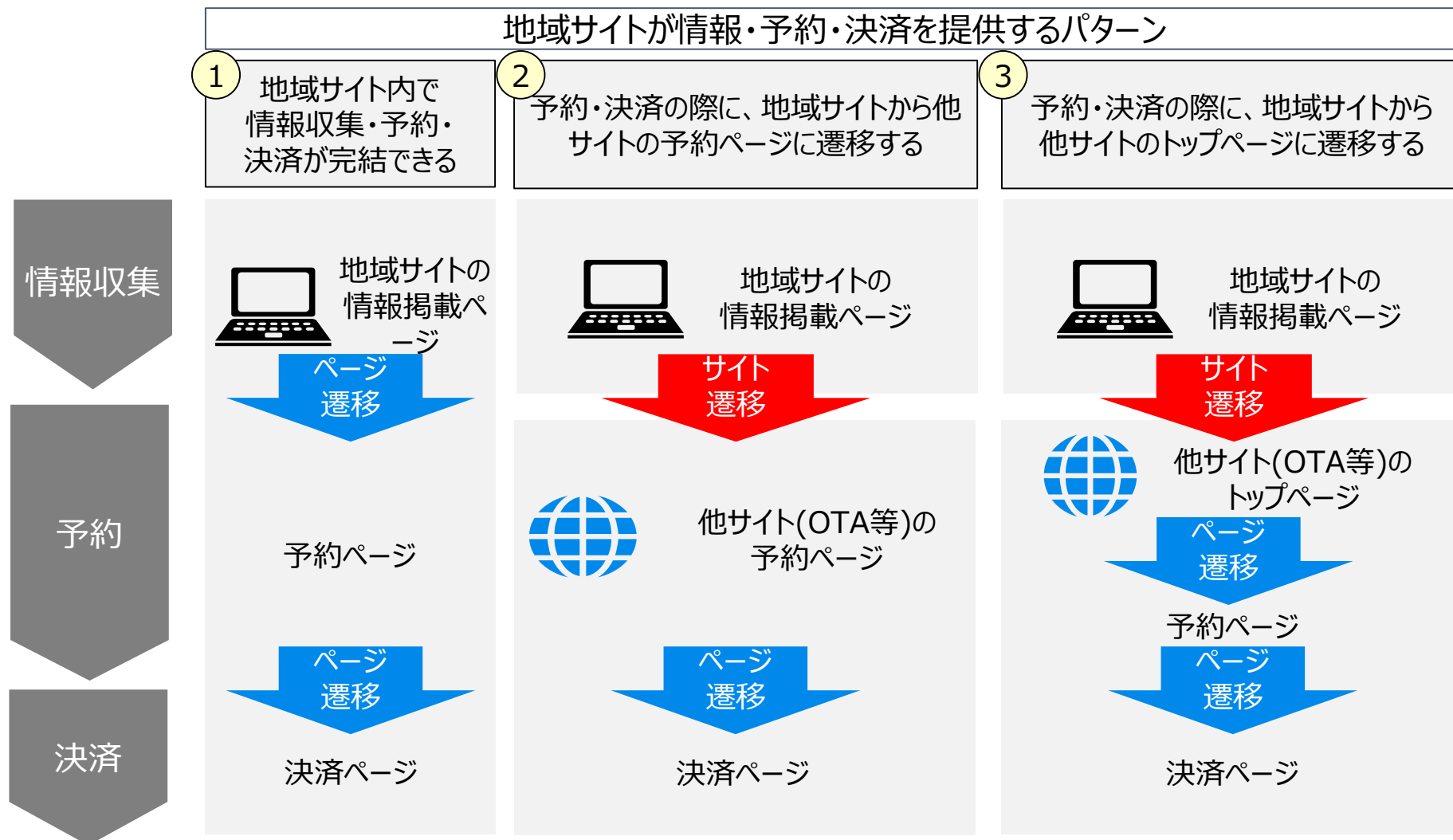
<IV. 観光デジタル人材の育成・活用>

#	総合戦略本文の抜粋・要約	2023年度	2024年度	2025年度 ～2027年度	
1	DMOにおける外部専門人材の活用等を通じた体制整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ DMOを中心とした観光地域づくりの推進 ・ JNTOと地域との連携強化の推進 			
2	ITやマーケティング等のスキルを有する観光デジタル人材の育成及び人材登用の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ ITに加えマーケティング等のスキルも有する観光人材育成の促進 ・ DMOによる観光デジタル人材の登用・育成の推進 			

シームレスな予約・決済が可能な地域サイトの構築について

情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイトについて

I. 旅行者の利便性向上・周遊促進のKPI項目に定められている「地域全体を包括する情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイト」について、地域サイトがどのような状態であれば該当するか検討するため、地域サイトにおける情報発信・予約・決済の提供パターンを3種類洗い出し、ユーザー評価により比較を行なった。



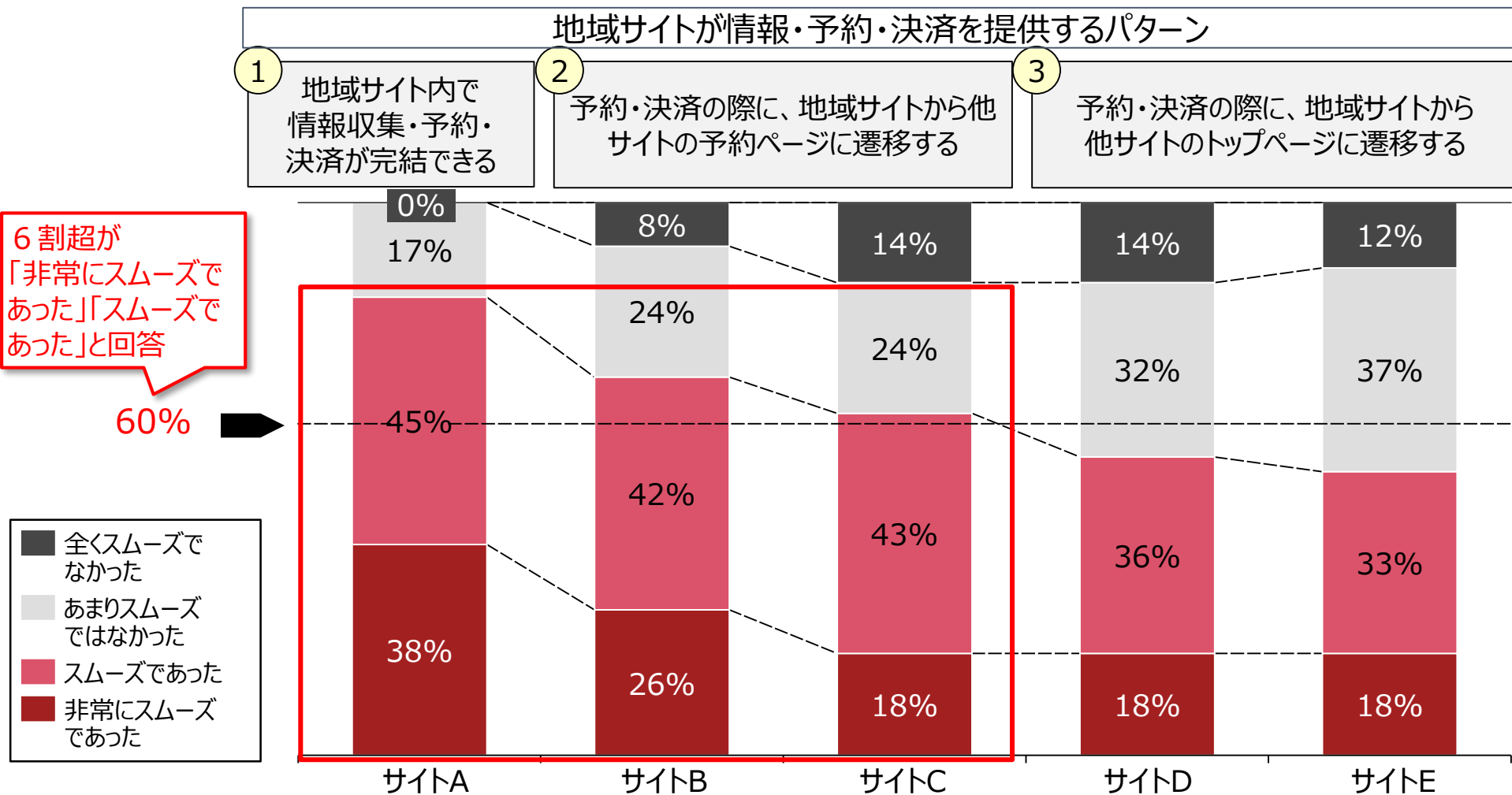
情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイトについて

ユーザー評価の結果、以下のパターン①②が「非常にスムーズであった」「スムーズであった」という回答が6割を超えているため、この2パターンが「シームレスに提供するサイト」に該当すると考えられる。

【質問内容】

宿泊施設/アクティビティを検索・予約することについて、スムーズに体験できましたか？（単一選択。N=76）

※施設数が少ない、体験できる候補日が少ないなどの要素は除いてご回答ください

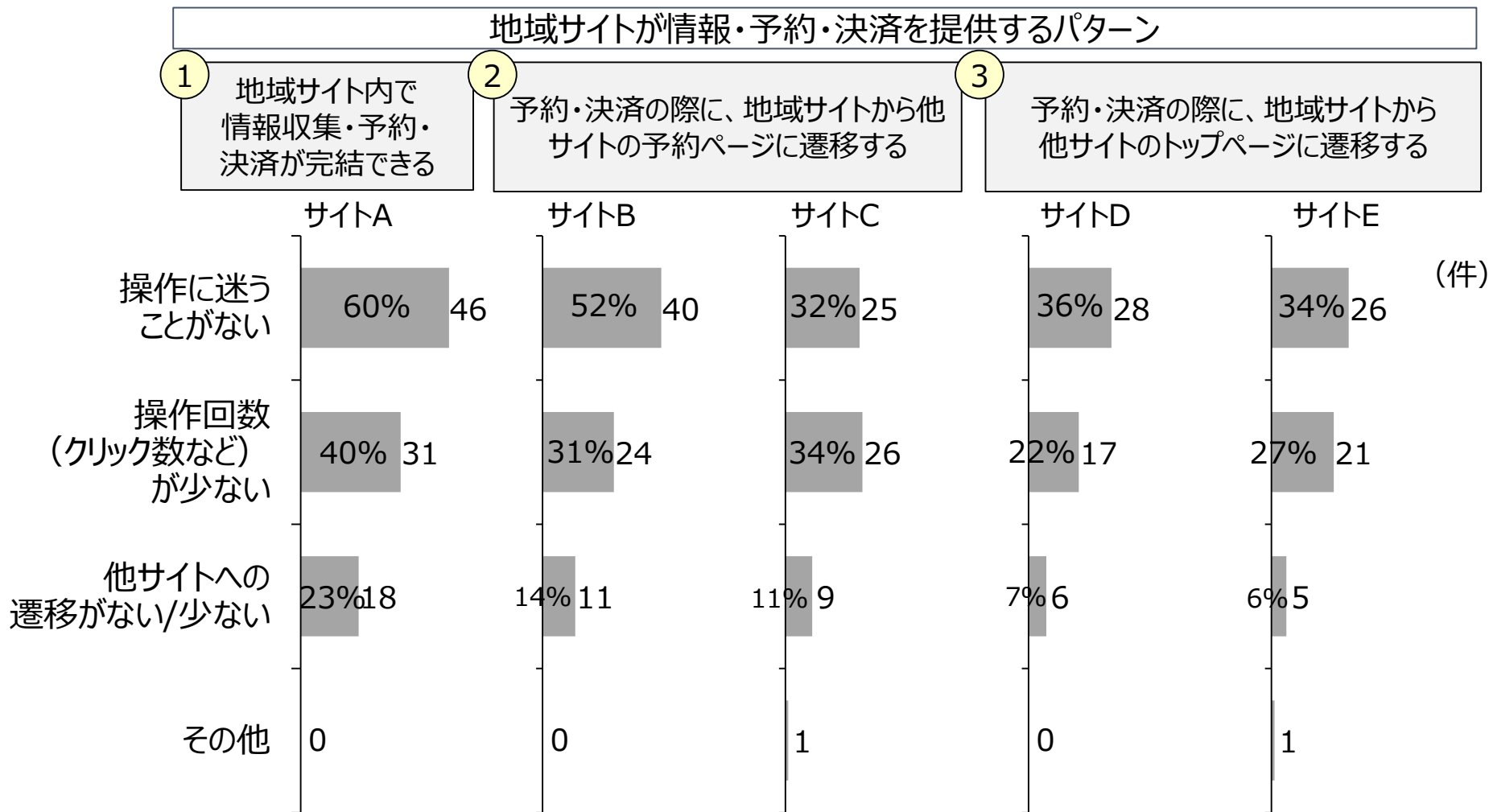


情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイトについて

パターン①②の間でも、よりスムーズだとの評価が高かったパターン①を目指すにあたっては、単に「地域サイトで情報収集・予約・決済を完結」することを目指すことに加え、「操作に迷うことがない」「操作回数が少ない」ことも有効。特に予約に向けた操作で重要になると考えられる。

【質問内容】

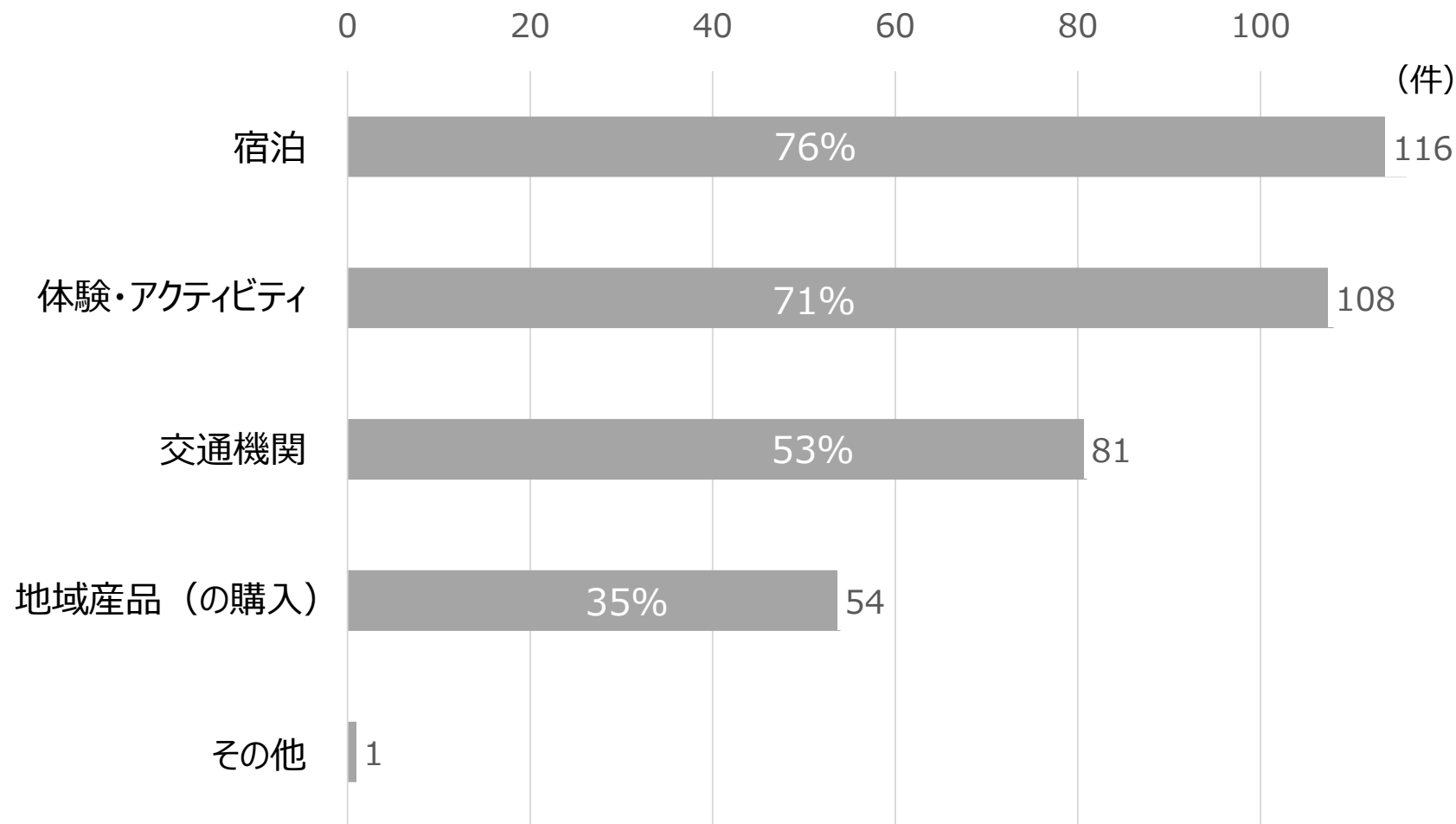
「スムーズ」と感じた理由について、ご回答ください。（複数選択有り。N=76）



「掲載して欲しいコンテンツ/サービス」としては、7割以上の回答者が「宿泊」「体験・アクティビティ」を選択しており、両者を掲載するニーズへの対応は、特に高い。

【質問内容】

先ほど操作頂いた3つのサイト上で、掲載して欲しいコンテンツ/サービスを全て選択ください。（複数選択有り。N=152）



情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイトについて

シームレスに予約・決済が可能な地域サイトの要件として「1.地域サイト内で情報収集・予約・決済が完結できる」または「2.予約・決済の際に、地域サイトから他サイトの予約ページに遷移する」であることが重要。また「A：宿泊」及び「B：体験・アクティビティ」については、ニーズが高いことから最低限、掲載すべきコンテンツと考えられる。加えて操作性についても高め、利用者が操作を迷わないこと等に配慮することが必要。

シームレスな予約・決済が可能なサイト

地域サイトが情報・予約・決済を提供するパターン

掲載して欲しいコンテンツ

最低限、掲載すべきコンテンツ

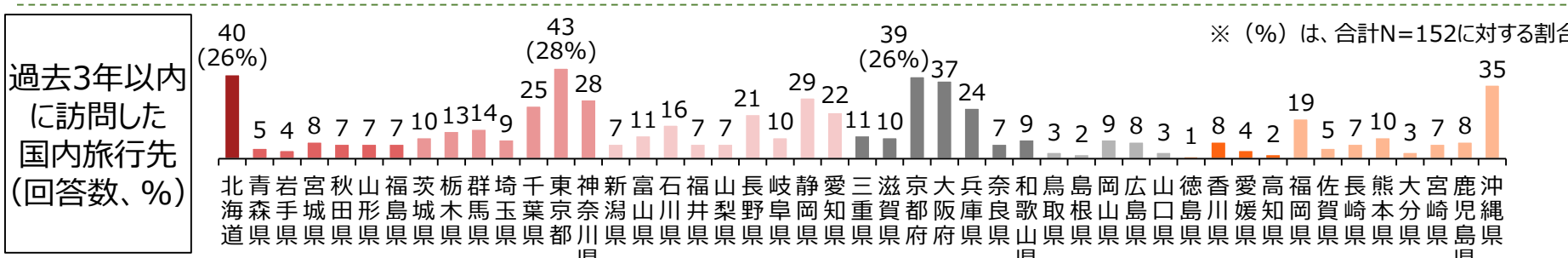
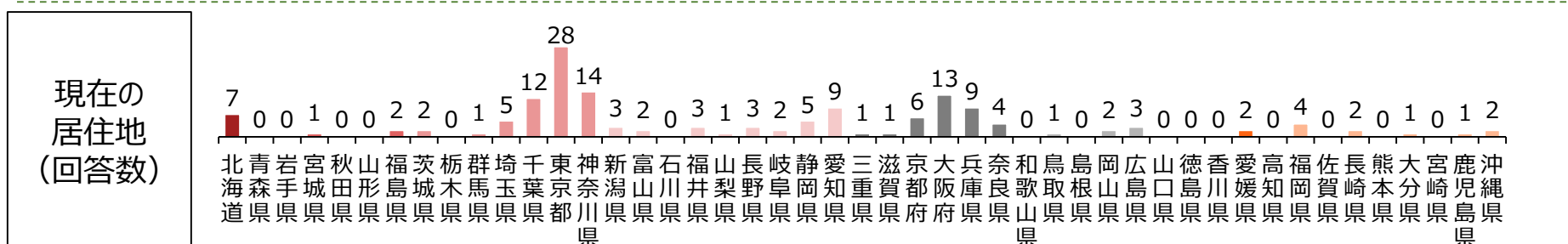
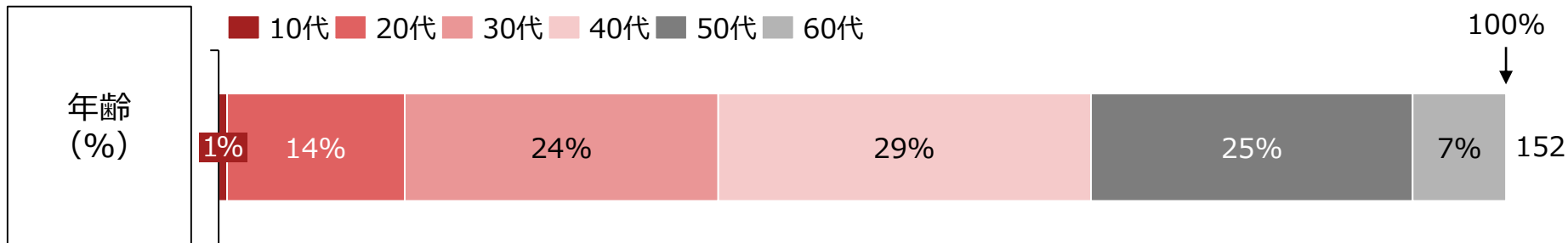
- | | | |
|---------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| ① 地域サイト内で情報収集・予約・決済が完結できる | ② 予約・決済の際に、地域サイトから他サイトの予約ページに遷移する | ③ 予約・決済の際に、地域サイトから他サイトのトップページに遷移する |
|---------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|

掲載して欲しいコンテンツ	最低限、掲載すべきコンテンツ	① 地域サイト内で情報収集・予約・決済が完結できる	② 予約・決済の際に、地域サイトから他サイトの予約ページに遷移する	③ 予約・決済の際に、地域サイトから他サイトのトップページに遷移する
A：宿泊 76%	B：体験・アクティビティ 71%	1-A～B スムーズ回答：83% 操作迷わない：60% 操作少ない：40%	2-A～B スムーズ回答：61-68% 操作迷わない：32-52% 操作少ない：31-34%	3-A～B スムーズ回答：51-54% 操作迷わない：34-36% 操作少ない：22-27%
C：交通機関 53%		1-C スムーズ回答：N/A 操作迷わない：N/A 操作少ない：N/A	2-C スムーズ回答：N/A 操作迷わない：N/A 操作少ない：N/A	3-C スムーズ回答：N/A 操作迷わない：N/A 操作少ない：N/A
D：地域産品 35%		1-D 1-C：同上	2-D 2-C：同上	3-D 3-C：同上

参考：ユーザー評価の回答者属性

ユーザー評価では合計152名を2チームに分け、サイトA-Eを分担してユーザ評価を実施。回答者の主な属性情報は以下の通り。

属性情報

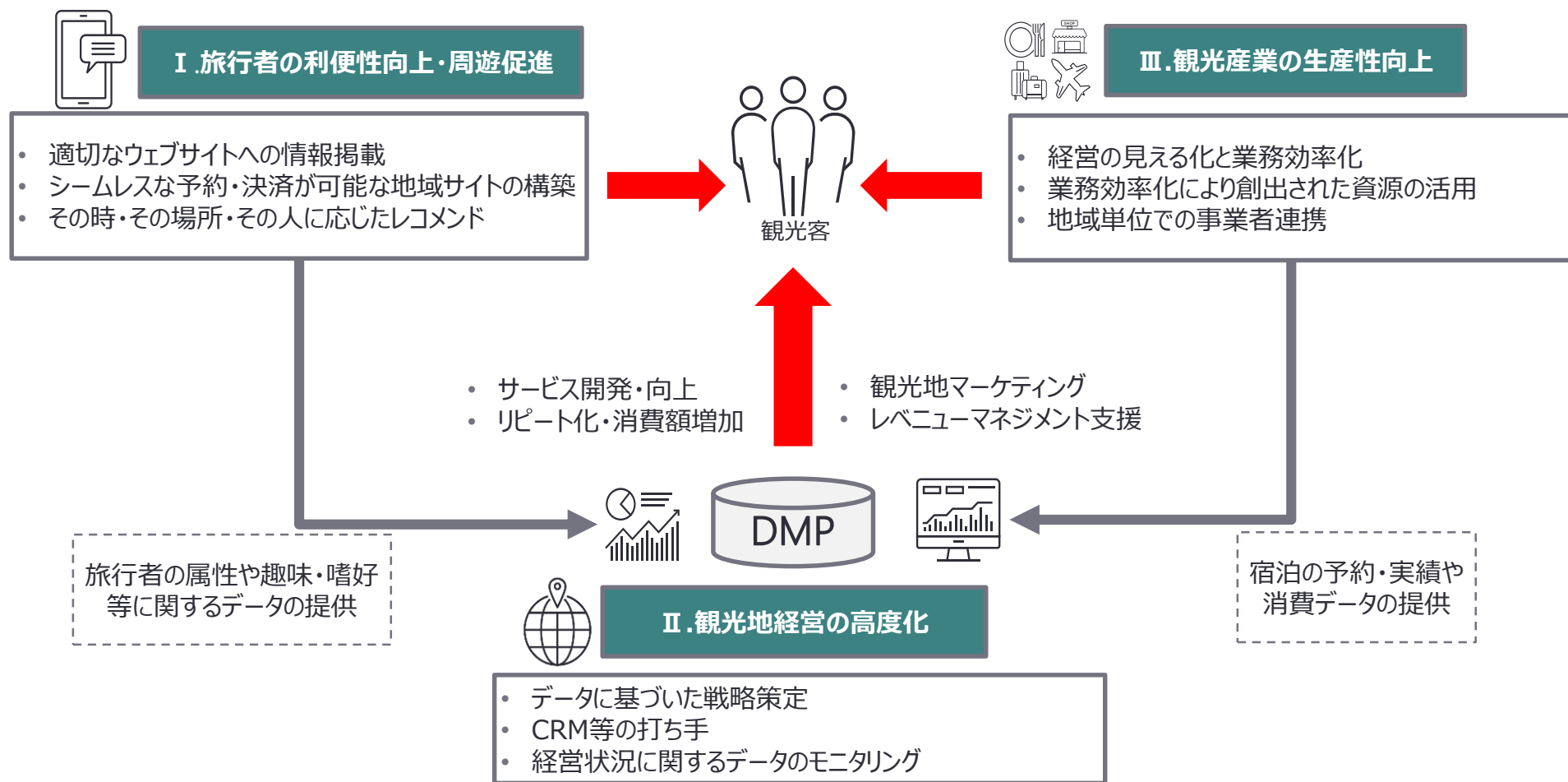


デジタル化やDXを推進するための要素が盛り込まれた 観光地経営の戦略について

観光地の経営状況を判断するために必要なデータの利活用について

観光地の経営状況を判断するためのデータは、宿泊者数や旅行消費額といった統計情報に加え、地域サイトや観光アプリから得られる旅行者の属性や趣味・嗜好、地域の観光事業者から連携される宿泊の予約・実績等に関するデータなど多岐にわたる。

DMO等の観光地経営を担う者は、目的に応じて扱うデータを選定・取得し、地域内の関係者に対して共有し、地域全体としてデータの利活用が進むようにすることが重要である。



DMOによるデータに基づいた観光地経営では、まず、デジタル化やDXを推進するための戦略を策定することが必要であることから、II. 観光地経営の高度化のKPIでは「経営戦略に加えて、デジタル化やDXを推進するための要素が盛り込まれた戦略を策定している登録DMOの数」が設定されている。**どのような要素を盛り込めば「持続可能な形での観光地経営」の実現に繋がるか**を検討するために、DMOが**観光地経営を行う上で求められる要件等**について、以下の通り整理した。

DMOに求められる観光地経営の要件等		出典元	必要性・目的
1	DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成	観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン	DMOは、観光地域づくりにおいて主導的な役割を果たすこと又は主要なステークホルダーとして参画することが期待されており、中核的立場になることが重要。
2	各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づく明確なコンセプトに基づいた戦略(ブランディング)の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立		観光地域づくりにおいて科学的なアプローチを取り入れるため、継続的なデータの収集・分析を行うことが必要。データ収集については、取組が重複しないよう、各層のDMOや自治体等が協議をした上で行うことが重要。
3	関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり・プロモーション		地域住民を含めた関係者に対して、観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組を実施することが重要。その上で、観光資源の磨き上げ等が実施される仕組みや体制が構築されていることが必要。
4	DMOの組織		DMOが単なる自治体の執行機関としてではなく、主体的かつ自立的に運営できるよう、地域において観光振興計画等の制度的な枠組みに位置付けることが望ましい。
5	安定的な運営資金の確保		DMOの目的・役割は、地域のマネジメント・マーケティング活動・着地整備を通じて観光で地域が稼げる仕組みづくりや地域を活性化させることであり、地域は安定的かつ多様な財源の確保を目指すべきである。
6	地域内の事業者の稼働状況等の把握	第1~4回検討会 委員意見	各事業者に収支を意識させ、地域全体の需給等の把握ができる仕組みを整備することが重要。
7	地域内の観光従事者の雇用状況・労働環境の把握	第1,3回検討会 委員意見	観光産業における人材確保の観点から、給与等の従業員の待遇面の改善につなげることが重要。
8	観光地におけるデジタルツール・システムの導入・活用	第1~4回検討会 委員意見	旅行者の利便性向上や観光地経営に必要なデータを収集するべく、デジタルツールやシステムの導入が必要。

① 観光地の経営状況を判断するために必要なデータ

地域毎にデジタル化やDXを推進するための要素として①観光地の経営状況を判断するために必要なデータ、②当該データの取得主体、③当該データの取得方法の3点が必要であり、①について、DMOに求められる観光地経営の要件等に基づき以下のとおり整理した。

DMOに求められる観光地経営の要件等		データ要否	観光地の経営状況を判断するために必要なデータの例	出典元
1	DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成	-	マーケティング 延べ宿泊者数 旅行消費額 来訪者満足度 旅行者のピーター率（来訪回数） 地域サイトのアクセス数 住民満足度 来訪者の基本属性（年代、性別、居住地） 旅行者の目的・趣味嗜好（ライフスタイル）等 滞在日数・宿泊日数 再来訪意向 Web検索キーワード 地域サイトの閲覧者属性（年代、性別） 訪問観光地、人流（GPS、wifi、基地局） SNS投稿データ 地点別の消費額 費目別の消費内訳 旅行者一人当たりの消費額 Web検索キーワード	観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン 観光地域マーケティングガイドブックから抜粋
2	各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づく明確なコンセプトに基づいた戦略(ブランディング)の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立	○		
3	関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり・プロモーション	○		
4	DMOの組織	-		
5	安定的な運営資金の確保	-		
6	地域内の事業者の稼働状況等の把握	○	事業者 宿・ホテル等の部屋数 宿・ホテル等の稼働率 宿・ホテル等の客室単価 交通の輸送可能量と利用者数	
7	地域内の観光従事者の雇用状況・労働環境の把握	○		
8	観光地におけるデジタルツール・システムの導入・活用	○	DX DMOにおける業務ごとのデジタルツール・システム導入状況 地域におけるデジタル人材やIT企業の数	

②データの取得主体、③データの取得方法

観光地の経営状況を判断するために必要なデータの取得主体（役割分担）と取得方法（デジタルツールやシステム）としては、以下のものが挙げられる。各観光地においては、以下の表を参考に地域特性や事業者構成等を勘案し、優先度付けを行うことが重要。また、データを取得する際には、取組が重複しないよう、DMOや自治体等が協議をした上で行うことが重要。

出典元	観光地の経営状況を判断するために必要なデータの例	推奨	取得主体として考えられるケース					取得方法の例
			自治体	DMO	政府機関等	地域内事業者	民間企業等	
観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン	延べ宿泊者数※	★	○		○			統計調査
	旅行消費額※	★	○		○			統計調査
	来訪者満足度※	★	○	○				アンケート
	旅行者のリピーター率※	★	○	○				アンケート
	地域サイトのアクセス数	★		○				Google Analytics等
	住民満足度	★	○					アンケート
観光地域マーケティングガイドブック	来訪者の基本属性（年代、性別、居住地）	★	○	○		○		アプリ、Webサイト、予約情報
	旅行者の目的・趣味嗜好（ライフスタイル）等	★	○	○		○		アプリ、Webサイト、アンケート
	滞在日数・宿泊日数		○		○	○		統計調査
	再来訪意向		○	○				アンケート
	Web検索キーワード			○				Googleトレンド等
	地域サイトの閲覧者属性（年代、性別）			○				Google Analytics等
	訪問観光地、人流（GPS、wifi、基地局）	★					○	通信キャリア、ITベンダー等
	SNS投稿データ						○	SNS分析
	地点別の消費額						○	クレジットカード会社
	費目別の消費内訳						○	クレジットカード会社
今回新たに提案	旅行者一人当たりの消費額	★	○	○				統計調査
	宿・ホテル等の部屋数					○		ウェブサイト
	宿・ホテル等の稼働率					○		OTA、PMS
	宿・ホテル等の客室単価					○		OTA、PMS
	交通の輸送可能量と利用者数		○					交通量調査
	観光分野の事業者数	★	○					統計調査
	観光に従事する従業員満足度	★		○		○		アンケート
	観光に従事する従業員の給与			○		○		アンケート
	観光に従事する従業員の地域内在住率			○		○		アンケート
	観光に従事する従業員1人当たり売上高			○		○		売上高等から算出
DX	DMOにおける業務ごとのデジタルツール・システム導入状況	★		○				アンケート
	地域におけるデジタル人材やIT企業の数		○					アンケート

※ 観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドラインにおいて、観光地域づくりには必須のデータであると言及。

PMSやOTA等で扱うデータの仕様統一化について

予約情報等の連携における流れ

予約のシーン

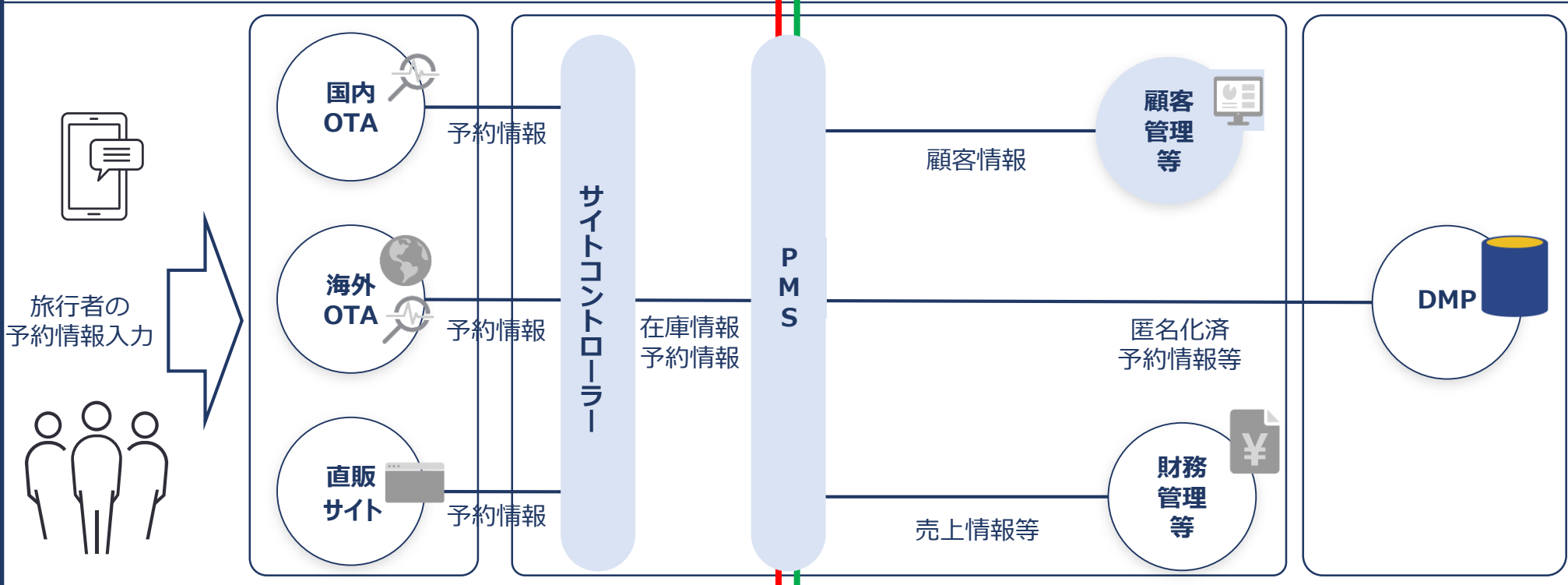
顧客情報の管理・利用のシーン

旅行者

OTA等

宿泊施設

DMO等



<現状>

国内のPMS、サイトコントローラーは、海外仕様とは異なる我が国の独自仕様が存在している。

<問題点>

国内のPMS、サイトコントローラーは海外OTAシステムと直接接続できず、海外OTAに直接在庫を販売できない場合がある。

<現状>

標準仕様が存在する海外と異なり、我が国ではPMS開発における標準仕様が存在しないため、PMSメーカー毎に独自仕様のPMSを開発。

<問題点>

- ・宿泊施設毎に導入しているPMSが異なり、データ出力の仕様も異なることから、外部システム（DMP等）との接続が困難。
- ・宿泊施設内の会計、レジ等の各種システムも、同様に独自仕様になっているため、各種システムとの連携が困難。

海外への販路拡大、宿泊施設内でのシステム連携、地域単位の連携促進のため、海外動向を意識したデータ仕様の統一等が必要

「OTAからサイトコントローラーへのデータ出力」や「PMSから外部システム（DMP等）へのデータ出力」について仕様の統一を図るために、主要なPMSベンダーやOTA事業者等を巻き込み、海外の動向も意識した議論が必要。また、策定された統一仕様に基づいたデジタルツールについては、例えば観光庁の補助事業等で支援の条件として設定することを検討すべき。統一仕様の検討にあたっては、官民による協力のもと議論を進めることが重要。

データ仕様の統一化・API化に向けた体制

