

観光DXの今後の方向性

令和5年3月
観光DX推進のあり方に関する検討会

I. 旅行者の利便性向上・周遊促進

before

必要な旅行情報をオンライン上で
入手しづらい

一つのウェブサイト上で情報収集・
予約・決済が完結しない

旅行者がその時・その場所や
趣味嗜好に応じた情報を入手
しづらい

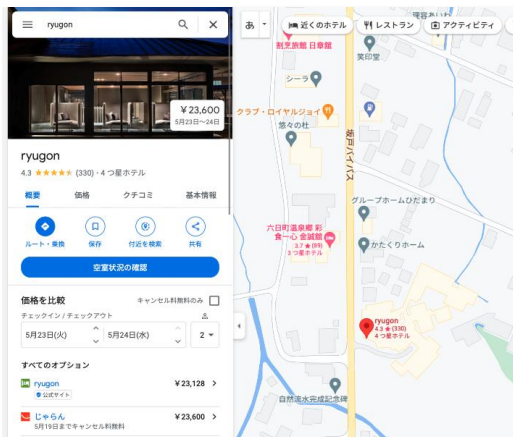


after

Google・OTA等に地域の
観光情報が満載！

スマホや顔認証で簡単に予約・決済
ができて、旅が便利に！

現在地や周辺の交通状況等に
応じた最新のお勧め情報が届き、
多くの観光地をスムーズに回れる！



Googleビジネスプロフィール掲載例
(出典：ホテルryugon)



観光庁令和3年度「これまでにない観光コンテンツやエアリアマネジメントを
創出・実現するデジタル技術の開発事業」採択事例
(代表企業：パナソニックシステムソリューションズジャパン 株式会社)



旅行者の現在地に応じたお勧め情報の提供イメージ

II. 観光産業の生産性向上

before

観光事業者においては、売上、コスト、予約・在庫等の管理の効率化が進んでいない

様々な仕様のデジタルツールが存在し、事業者間の連携が進んでいない



after

デジタルツールの導入で、業務時間短縮！
空いた時間で新しい業務にチャレンジし、
サービス向上・収益増加！
従業員のモチベーションアップや労働環境も改善！

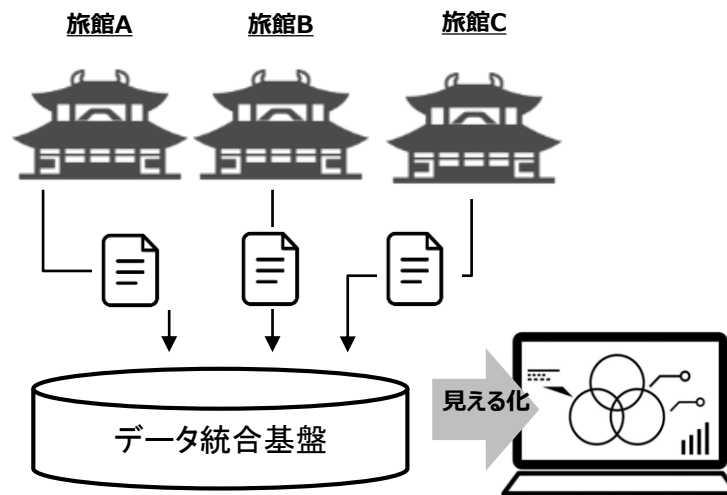
宿泊・予約に関するデータの連携により、地域の需要を予測し、価格・コストを適正化！



キャッシュレス対応により、決済業務の効率化と売上のデータ管理
(出典：RENEW Pay)



空いた時間を活用し、新たな体験ツアーの提供



宿泊事業者におけるデータ連携のイメージ

III. 観光地経営の高度化

before

観光地経営を行うDMO等は、デジタル化・DXに関する戦略を策定していない



after

デジタル化・DXに関する戦略が各地域において策定されており、同戦略に基づいて観光地経営が行われている！



DXに関する地域の戦略策定会議
(一般社団法人しまなみジャパン)

必要なデータが整理・集約されておらず、観光地経営の意思決定に活用されていない



旅行者の消費・移動等に関するデータを分析し、新たな取組を検討することにより、稼げる地域を創出！



東北観光DMP
(出典：一般社団法人 東北観光推進機構)

IV. 観光デジタル人材の育成・活用

before

DMOにおいては、観光デジタル人材が不足しており、DXに関するノウハウの蓄積が困難



after

プロパー人材のDX担当者が観光地のデジタル化を推進！
最新のDXに関する知識・ノウハウについては、外部の専門家や企業からのサポートによって獲得！



外部人材による伴走支援

DMO・観光事業者においては、経営層の人材育成に対する意識が不足しており、教育を受けた人材の処遇が不十分。そもそも人材育成に向けたプログラムが不足。



大学等による質の高い人材育成プログラムが豊富に存在！
DMO・観光事業者の経営層が観光デジタル人材の育成に前向きで、従業員等に積極的に学びの機会を提供！
観光デジタル人材が高待遇で活躍し、経営改善・地域の収益力向上に貢献！



人材育成フォーラムの開催
(出典：一般社団法人 山口県観光連盟)