

はじめに

オリエンテーション

観光地域づくり法人（DMO）に向けた観光DX研修



目次

01 | 観光DXの概要

- 観光DXとは？
- なぜ今、観光DXが必要なのか？

02 | 本研修について

- 本研修の目的・狙い
- 本研修の全体構成

01

観光DXの概要

01 | 観光DXの概要

観光DXとは?

D X
Digital Transformation



企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

出典：経済産業省『「DX推進指標」とそのガイダンス』（2019年7月）

観光DX



観光産業において業務のデジタル化により効率化を図るだけでなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、観光地経営戦略の再検討や、新たな観光体験の創出といった変革を行うもの

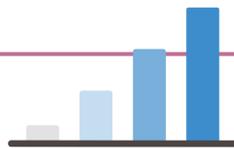
なぜ今、観光DXが必要なのか？

背景

- ✓ 観光産業における人材不足
- ✓ デジタル化の遅れ
- ✓ 競争力の強化

観光DXを通じて実現できること

- ✓ 業務効率化や人材不足の補完
- ✓ 観光客の利便性を向上し、満足度を高める
- ✓ 観光地全体のブランド力向上やリピーター増加に寄与



消費拡大・再来訪促進を図り、稼げる地域を創出



さらにDXを活用する組織は…

データに基づいた意思決定をする組織は
生産性が5-6%高い

出典：E. Brynjolfsson, L. Hitt, and H. Kim. "Strength in Numbers: How Does Data-Driven Decisionmaking Affect Firm Performance?"

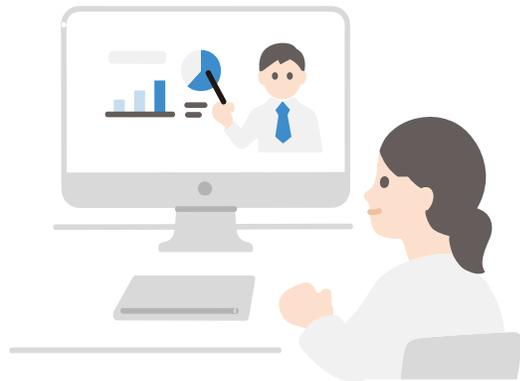
02

| 本研修について

本研修の目的・狙い

本研修の目的・狙い

観光地域づくり法人（DMO）の担当者が、
データ活用の基礎を習得し、
それを観光地経営や実務に活かせるスキルを
習得すること



期待される効果

- データに基づく意思決定の実現
データを活用して観光地経営に関する課題を特定し、
根拠に基づいた意思決定ができるようになる
- 効果的な観光施策の立案と実行
データを活用して観光施策を企画し、
その効果を測定・改善することで、持続可能な観光地経営を実現
- 地域や事業者との連携強化
データの分析結果を地域関係者や事業者と共有し、
合意形成をスムーズに進める能力を向上
- 観光地経営の競争力向上
データ活用スキルを活かし、競争力のある観光地づくりを
推進することで、観光客の満足度や地域経済の活性化につなげる

本研修の全体構成

本研修は5つの教材で構成

概要

A. データの収集と活用

データ活用の重要性を学び、具体的なデータ収集方法と基礎的な分析手法を習得する

B. データを活用した 観光地経営戦略策定

データを使った観光地経営の基本を学び、
戦略を立てて地域の観光価値を高める方法を身につける

C. 利便性の高い地域サイトの 作り方と誘客方法

観光地全体の利便性を向上させる地域サイトの構築・活用法を学び、
誘客や観光資源の活用を促進する

D. 観光地経営にCRMを どう活かすか

CRMの基礎を学び、顧客データを活用して観光地の施策改善や
収益向上を実現するスキルを習得する

E. 観光地経営にDMPを どう活かすか

DMPの基礎を学び、観光地経営に必要なデータを統合して、
戦略的な意思決定や施策改善を行う力を身につける

