

AI需要予測を含む総合型マーケティングプラットフォーム構築

現状及び課題、解決策と目指す姿

- 令和6年7月に佐渡島の金山が世界文化遺産に登録され、インバウンド需要が高まる等旅行者のニーズが多様化する中で、ニーズに応じた対応が求められている。
- 季節による入込数の偏りが大きく、事業者の人材確保や仕入の最適化が難しい状況である。また、事業者がデータを活用したマーケティングに十分に組み立てていない状況である。
- 本事業では、旅行者のデータ分析や観光需要の予測を行うシステムを活用し、事業者に対する予測情報の提供を通じて、事業者の人員配置や仕入、商品開発等の効率化を図る。また、取得したデータに基づいてターゲットを明確化しマーケティングを実施することで、繁閑差の平準化に取り組む。
- データに基づいて地域全体での供給増と消費拡大の両立に戦略的に取り組むことで、観光客と事業者の双方にとってより魅力的な観光地への進化を目指す。

事業概要

交通事業者が保有する旅行者の予約実績や属性等のデータをリアルタイムで取得するシステムを整備し、DMOが保有する宿泊、体験、観光施設等のデータと統合しAIを用いて観光需要を予測することで、事業者の経営判断を支援するとともにデータを活用したマーケティングを行い、夏季と比較して閑散期にあたる秋季の誘客強化に取り組む。

取組地域：新潟県佐渡市

コンソーシアム名：佐渡観光DXマーケティング推進コンソーシアム

代表事業者：一般社団法人佐渡観光交流機構

実証内容

- DMO及び交通事業者が保有するデータの集約及びDMP、観光需要予測システムの整備
- データに基づいた、秋季の誘客に向けたマーケティング施策の実施
- 予約データを活用した、観光施設のデジタルチケットの事前販売
- データを活用した、事業者の業務効率化や売上拡大に向けた施策の実施

目標値

KGI 9-11月の入込数(148,807名)

KPI 秋向け広告のリーチ数(17,137,126件)

