

## 観光DXについて

### 1 観光DXの取組目標

デジタル技術を活用することで、観光体験の向上、施設運営の効率化、持続可能な観光の推進を目指します。

背景  
観光客ニーズの多様化。またその変化が速いため。  
・地域が特色や強みを理解し、中長期的ビジョンを持つ必要性  
・事業者が連携して、湯河原町全体で取組を進める必要性  
・老朽化に伴う更新改修等の一過性の収益要因だけでなく、持続性ある収益要因の構築を目指す必要性。

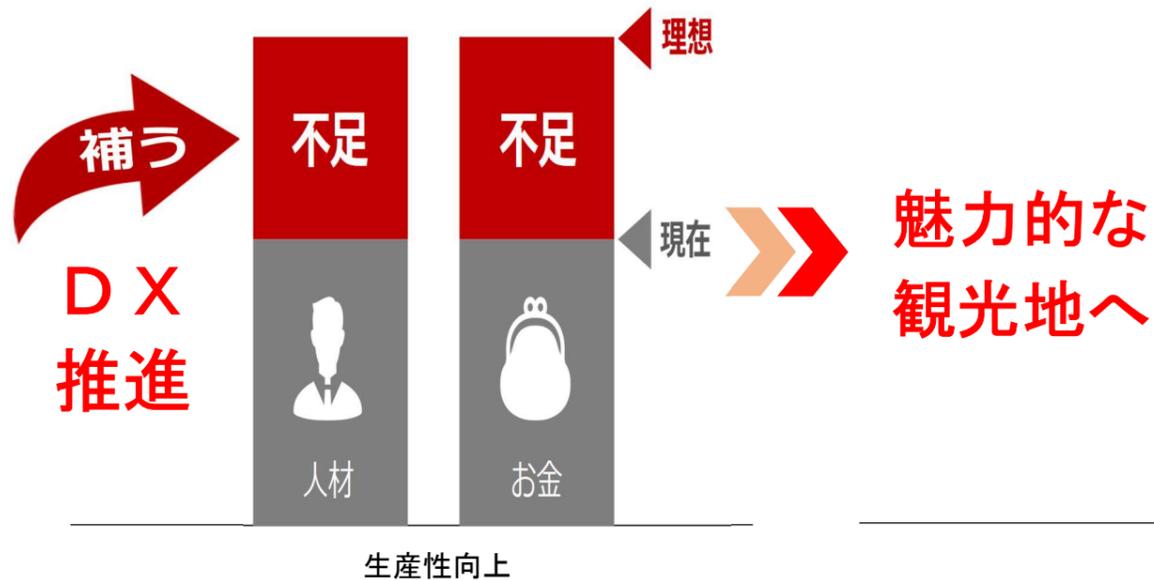
観光DXに取り組むことにより、

業務のデジタル化による効率化を図るだけでなく、収集されるデータの分析・利活用により、消費拡大や再来訪促進等を図り、生産性を高めることができる。

#### ■DX化へのステップ



#### ■事業イメージ



### 2 宿泊データ分析システム

#### (1) 令和5年度実施内容

- ア 湯河原町の宿泊者データ収集（現在30施設）  
（データ内容：宿泊日・性別・年齢・価格など最大24項目）
- イ 宿泊事業者及び観光関連団体等を対象にデータ活用について研修会実施  
（データの活用方法、先進事例紹介など）
- ウ 主要地点（5スポット）の来訪人数計測の機能実装  
（湯河原駅・海水浴場・町立湯河原美術館・万葉公園玄関テラス・ここめの湯）
- エ 入湯税デジタル整理簿及び申請書印刷の機能実装
- オ デジタル宿帳機能の提供開始（現在9施設）

#### (2) できるようになった事

- ア 効果検証が常時直近データにて実施可能に
- イ 地域の来訪者データを日単位で把握可能に
- ウ 上記ア・イを関係者全員が閲覧可能に
- エ 自施設と地域のデータを日単位で比較可能に

迅速に

×

詳細に

×

平等に

翌日以降の  
データ閲覧化

地域内の  
日別データ

関係団体に  
アカウント発行

#### (3) 令和6年度実施予定内容

- ア 参画施設の拡大
- イ 湯河原エリアに合わせたカスタマイズ実装  
（セグメント分けによる人流移動動向の確認できるシステム等の検討）
- ウ データ活用方法研修会等の実施
- エ 関係者による定例会議の実施  
（観光DXの推進・普及など）

#### 【宿泊動向による戦略検討】

勘に頼っていた状況判断を科学的エビデンスに基づき実施

- ・エリア全体の宿泊状況を鑑みた自施設の適正宿泊料金の検討
- ・従業員の配置検討や仕入量の最適化見直し
- ・分析レポートの定期発信による関係者間の取組意識醸成と連携強化
- ・イベント実施最適日の検討
- ・各種補助金申請時の根拠資料・効果検証資料としての活用

具体施策

### 3 ソーシャルリスニング

#### (1) ソーシャルリスニングとは

SNS、掲示板、ブログなどソーシャルメディア上にアップロードされた投稿データを調査テーマに沿ったキーワードで検索・収集するマーケティング手法

#### (2) 事業目的

観光ニーズを的確に踏まえた魅力的な観光地を形成するため「湯河原」に関する、ソーシャルメディアに投稿された消費者の声を横断的に収集し、定性・定量的な側面から分析を行い、施策の立案、コンテンツの作製等に活用することを目的とし、SNS等の活用を含めたデジタルコミュニケーション戦略を推進していくもの。

#### (3) 事業実施によって得られる示唆

湯河原の現状を客観的に把握し、次の事業計画を継続的に示唆するとともにSNS等の活用を含めたデジタルコミュニケーション戦略の推進基盤資料とする。

- ア データ分析…近隣観光地との比較調査
  - 湯河原に関する論調調査
  - コンテンツに関する調査
  - ポジティブ・ネガティブな話題内容の把握
- イ トренд分析…時系列におけるトレンド変化の把握
- ウ 移動ルート分析…前後の旅行地や、旅行者属性などの調査

#### (4) 調査概要

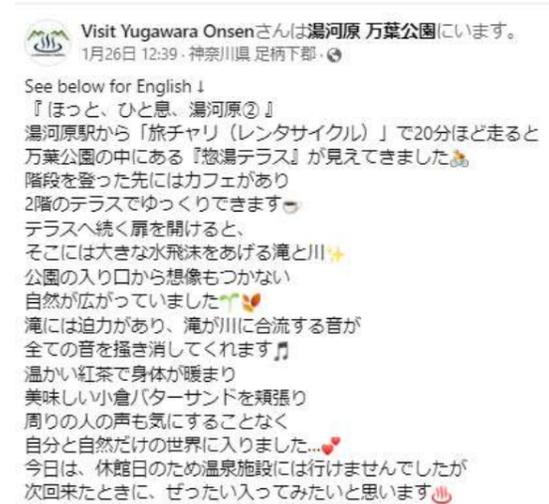
分析の軸	分析の概要	定量分析	定性分析
<b>湯河原町のコンテンツキーワード</b> <small>・・・計35個のキーワード</small>	◆湯河原町に関わるキーワードを35個設計し、それぞれの話題量、特徴や傾向を調査する。  <small>①観光 ②温泉 ③自然 ④歴史 ⑤文化財 ⑥宿泊施設 ⑦食 ⑧家族連れ ⑨子供連れ ⑩女子旅 ⑪一人旅 ⑫お土産 ⑬海 ⑭花火 ⑮みかん ⑯梅 ⑰さつき ⑱もみじ ⑲まつり ⑳ハイキング ㉑釣り ㉒パン ㉓ラーメン ㉔ロケ ㉕体験 ㉖駅 ㉗神社仏閣 ㉘パワースポット ㉙癒し ㉚映画 ㉛芸妓 ㉜ふるさと納税 ㉝クーポン ㉞たぬき ㉟万葉公園</small>	○	○
<b>箱根・熱海共起ワード</b> <small>・・・各12個のキーワード</small>	◆他の観光地との差別化戦略の立案に活用するため、箱根、熱海それぞれ各12個の共起ワードで話題を収集・分析し、比較調査を行う。  <small>①観光 ②温泉 ③自然 ④歴史 ⑤文化財 ⑥宿泊施設 ⑦食 ⑧家族連れ ⑨子供連れ ⑩女子旅 ⑪一人旅 ⑫お土産</small>	○	○
<b>旅行者属性分析</b>	◆収集データから旅行者の前後の旅行地や属性を探る。  <small>①トラベルジャーニー ②ペルソナ分析</small>	-	○

#### (5) 中間結果

- ア キャッチーな言葉や差別化を図った企画はSNSで注目されやすく目立つ。
- イ 人気芸人による動画やテレビ番組は話題になりやすく、SNSで拡散されやすい傾向にある。
- ウ インフルエンサーによる紹介は拡散力が高く、注目があつまりやすい。
- エ 人気アニメとコラボした企画はSNSで話題になりやすく、アニメをきっかけとした新規訪問客の見込みが期待できる。

#### (6) コンテンツ作製

- ア 観光PR動画の作製
- イ SNSにおける観光PR
  - 湯河原に関連するコンテンツキーワードを基にデジタルコミュニケーション戦略の一環として、FacebookやInstagramにおいて、観光PRを実施



#### (7) 分析結果の活用及びコンテンツの展開

- ア 分析結果の活用
  - ソーシャルリスニングの分析結果の内容を基に課題や効果的な運用方法等を見出し活用することで、新規観光客の獲得及び従来から足を運んでくださる観光客の満足度の向上も図る。
- イ コンテンツの展開
  - 作製した観光PR動画はイベント等において放映するほか、旅館をはじめとする事業者へ配布