

全国の観光地・観光産業における観光DX推進に関するマーケティング強化モデル実証事業 採択一覧

No.	コンソーシアム名（主体DMO名）	テーマ	事業名	事業概要	地域ブロック
1	福島市観光コンベンション協会	①旅行者の利便性が低い	DMO版OTA兼CRM汎用モデルの構築事業	観光サイトを軸としたOTA兼CRMを構築し、予約決済及び会員登録を可能とすることで、旅行者の利便性向上に取り組む。また、その他の情報を一元的に分析できる仕組みを構築し、One to Oneマーケティングに取り組む。	東北
2	石川県観光連盟		能登半島地震からの復興に向けた観光DX化実証事業	地域サイトに、震災後営業を再開しつつある飲食店、宿泊施設等の状況、スポットの正確な情報、コンテンツの予約決済機能をデジタルマップとあわせて追加することで、シームレス化を進め、観光客の利便性向上を図る。	北陸信越
3	白馬村観光DXマーケティング推進協議会（白馬村観光局）		白馬村DMOによるCRMを活用した旅行者利便性向上事業	参画宿泊施設数の増加や会員ページの改善等、地域サイトのシームレス化を実施。また、リフト券の販売顧客データに加え、宿泊予約、レンタル、夏季アクティビティ等のデータも統合したシステムを導入し、CRMに取り組む。	北陸信越
4	鳥取中部観光DX（鳥取中部観光推進機構）	②周遊促進が不足	鳥取中部観光こいこDXマーケティング事業	通過型の観光地からの脱却と周遊促進のため、①シームレスな地域サイトを構築し、②観光施設等のチケットのデジタル化で地域内消費(移動)を促進させ、③既存観光サイトに旅行者の嗜好データを収集できる旅診断機能を追加。各データを統合したCRMを構築する。	中国
5	由布市観光DX推進コンソーシアム（由布市まちづくり観光局）		由布市観光DX推進マーケティング強化モデル実証事業	乱立する観光サイトを統合し、情報の集約と宿泊・体験予約のシームレス化を図る。予約前後の両方にアプローチできるCRMを導入することで、閲覧・嗜好データに基づくOne to Oneのマーケティングにより予約に誘導し、市内全域への分散と周遊を促進する。	九州
6	三次観光推進機構		国内外観光客の地方市町への誘客超広域MaaS実証事業	アプリ内に地域独自のデジタルサイトを構築することで、一元的な情報発信や交通、飲食、宿泊等の予約決済を可能とする。これにより、デジタルチケットを活用した購買データの収集及び分析によるエリア内マーケティングの促進を図る。	中国
7	湯沢町グリーンアドベンチャーリズム推進コンソーシアム（湯沢町観光まちづくり機構）	③再来訪促進が不足	Yuzawa Green アドベンチャーリズム構想	①個々の嗜好等を踏まえた提案やクーポン発行を行う地域サイトの構築、②DMPのデータを活用して得た顧客データを個人に紐づける形で蓄積、③チケットのデジタル化に取り組み、顧客データの収集・分析・活用に向けた基盤づくりを行う。	北陸信越
8	横浜市観光協会		デジタル技術活用による来訪者の再来訪強化事業	イベントと連携し、デジタルコンテンツ等の提供を通じて顧客データを収集し、構築するCRMにデータを蓄積。CRMのデータに基づいて、顧客にパーソナライズされたDMの送付等One to Oneマーケティングを実施し、来訪者の満足度と消費額を向上させる。	関東
9	天王洲・キャナルサイド活性化協会		天王洲地域CRM構築事業	CRMシステムを構築し、一部デジタル化した民間イベント・施設のチケットをDMOのコンテンツと組み合わせるCRM内で販売。来街者動態調査にて収集・分析したデータに基づき情報発信を行うことで、誘客、商品購買を促進し、地域のファンを拡大していく。	関東
10	おたる観光DX推進コンソーシアム（小樽観光協会）	④誘客促進が不足	観光DXで紡ぐ、「また来たくなる街・おたる」実証事業	プラットフォームの導入により、顧客データを可視化し、マーケティング基盤を確立させる。旅マエ・旅ナカにおいて予約・決済ができるシステムを導入し、チケットのデジタル化による旅行者の利便性向上を図るとともに、ファンサイトを構築。	北海道
11	明和観光商社		DMP・CRMを活用した王道マーケティング事業	①データを一元管理するDMPの構築、②データに基づくマーケティング戦略の策定、③パブリックDMPとCRMを活用したマーケティング、④観光コンテンツが売れ続ける仕組みの構築により、地域への経済波及効果を高める。	中部
12	南丹市美山観光まちづくり協会		南丹市CRM・DMP構築「観光データ分析AIナビ」事業	地域PMSの導入を推進すると共に、事業者から簡易に宿泊データを収集できる仕組みを導入し、観光データ分析AIナビをカスタマイズしたDMPを構築する。さらに、地域が持つ既存の旅行者データを集約したCRMをDMPに統合する。	近畿
13	DMOさかい観光局	⑤OTA掲載されているコンテンツの不足	LINEによるDMP・CRM連携型誘客促進事業	オープンデータに加え、LINEを活用したデータ収集・蓄積等を通じて坂井市版DMPを構築する。LINEでの販促・情報発信を行い、誘客促進及び顧客ロイヤルティの向上を図る。また、地域にこれらの機能を普及するための勉強会等を実施する。加えて、域内調達率を把握し、DMPに格納。	中部
14	かながわDMOコンソーシアム（神奈川県観光協会）		神奈川県観光DX推進マーケティング強化モデル実証	県及びDMOの収集したデータの統合・分析・活用が可能なDMPを構築し、マーケティングに資するダッシュボードとする。また、メールアドレスに紐づいた顧客情報の蓄積、メール配信を可能とするCRM機能を備えることで、県内観光協会等による観光振興の地域活性化に繋げる。	関東
15	海風の国DXマーケティングコンソーシアム（佐世保観光コンベンション協会）		佐世保を含む西九州に街歩きを促すDXマーケティング	大型観光施設から周辺地域への回遊を実現すべく、DMOのサイトに体験等の予約サイト（広域予約PF）を構築する。また、広域予約PF内に顧客データを蓄積し、適切なマーケティング施策を行い、観光情報発信力を強化し、観光客の回遊を促すことによりエリア全体に経済効果を波及させる。	九州
16	加賀観光DXマーケティングコンソーシアム（加賀市観光交流機構）	⑤OTA掲載されているコンテンツの不足	加賀温泉郷周遊観光マーケティング強化事業	観光施設・交通機関等と連携した「加賀温泉郷ECO乗りクーポン」のデジタル化を通じて域内の周遊促進を図り、収集したデータはDMPにて一元的に管理。それらのデータを活用してマーケティング戦略を策定し、次年度のマーケティング体制を構築する。	北陸信越
17	関門海峡港湾観光連絡協議会（海峡都市関門DMO）		本州と九州のコンテンツとデータ統合による循環型観光	消費額の拡大と地域一体によるデータマーケティング・情報発信を実現すべく、①散乱する観光情報サイトの統廃合②着地型コンテンツの在庫管理とコンテンツ窓口の一元管理によるOTA販路拡大③地域全体でのDMP（地域共創基盤）を導入し、マーケティング・データの活用体制を構築する。	中国