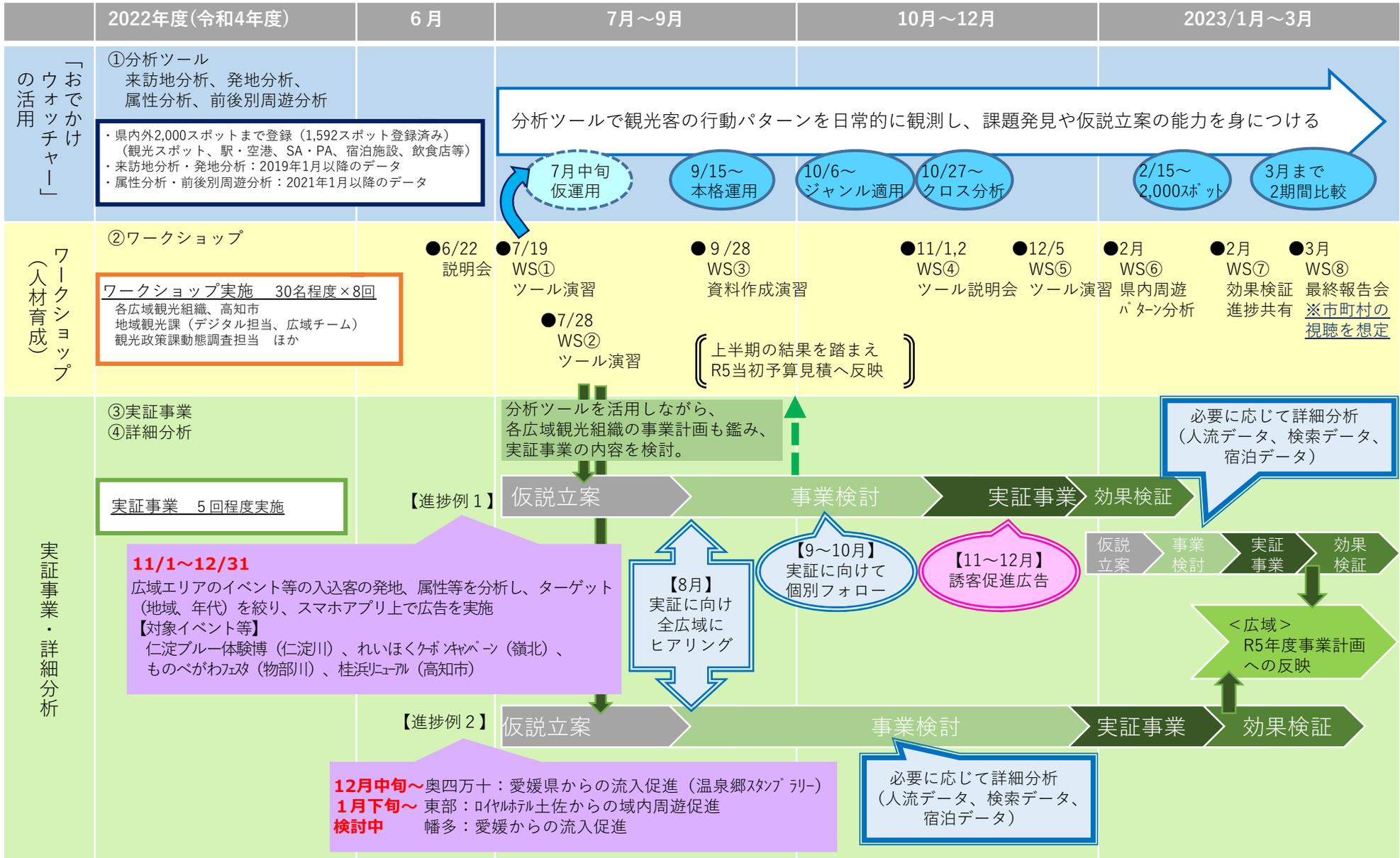


<令和4年度高知県デジタルデータ活用事業 (分析～評価～課題発見～企画立案～実践ができるデジタル人材を育成) >



令和5年度も事業継続(WS参加者のノウハウ定着状況・事務事業の見直し等をふまえて予算を増減)

<活用方法>

	(1) 効果的なPR	(2) 拠点施設への誘客強化	(3) 広域内での周遊促進	(4) 滞在時間の延長
入手すべきデータ	①発地（都道府県） ②属性（年代、性別） ③年度、季節別①、②	①発地（都道府県） ②属性（年代、性別） ③周辺への来訪状況 ④周遊動向（前後の立寄先） ⑤季節、曜日毎の施設来場者	①発地（都道府県） ②属性（年代、性別） ③周遊動向（前後の立寄先） ④滞在時間（流入出時間帯） ※破線はデータ取得に別途料金が必要	①発地（都道府県） ②属性（年代、性別） ③周遊動向（前後の立寄先） ④滞在時間（流入出時間帯） ⑤旅程（宿泊人泊数）
分析ポイント	○発地、属性のクロス分析 ・ターゲット（年代、性別）を絞り込み、効果的な情報発信先を選定 ○年度、季節別の企画の検証 ・過去入込数から集客力のある企画を分析	(1)に加えて ○誘客のカギとなるスポットの把握 ・入込数の多い施設の抽出 ・県外客に訴求できる県外施設の抽出 ○閑散期対策の分析 ・季節別、平日、休日の入込者情報を抽出	(2)に加えて ○域内の周遊先となるルート・スポット分析 ・集客力の高いルートと周辺スポットを抽出 ・域内から出るルートや域外での最初の立寄先の抽出	(3)に加えて ○流入出時間帯、宿泊状況の把握 ・前後の立寄スポットや域内での滞在時間帯を把握し、親和性のあるコンテンツを分析 ○一箇所あたりの滞在時間把握
分析に基づく活用策	○ターゲットを絞った効果的な情報発信 ・入込数の比率の高いまたは低いエリアや年代等ターゲットを絞った情報発信 ○集客力のある企画の開催 ・過去の集客力のある企画を基にターゲットを分析し、新たな企画の検討	○誘客のカギとなる施設等との連携 ・相互に情報発信、割引企画の実施 ○閑散期対策の実施 ・繁忙期・閑散期、属性に合わせたキャンペーン等の実施	○集客力の高いルートを活用した施策の展開 ・集客力の高いルートを基にした新ルートの作成 ・域内の代替スポット、立寄スポットのマップ作成等による誘導 ・人気周遊ルート周辺でのグルメイベントや割引企画の実施 ・観光客が立ち寄る機会が多い域外のスポットでのタビナカ情報の発信	○延長施策の展開 ・滞在時間帯に対応できる体験（当日予約可能等）の紹介 ・流入時間や流出時間を延ばす企画（朝市体験、星空案内等）を提供

<スケジュール>

