

事例 4

福井県

地域魅力を発信し地域へ誘客、消費拡大につなげる

株式会社まちづくり小浜は、2017年11月に日本版DMOに認定。地域の観光消費を高めるため、道の駅、飲食店に加え、一棟貸しの「小浜町家ステイ」を開業、現在7棟で運営している。地域の魅力を高めることが各施設の集客につながると考え、事業毎にブランドサイトを立ち上げ発信している。

現状と課題

- 道の駅若狭おばまを指定管理者として運営、レストラン濱の四季の運営を担いながら、2017年より「小浜町家ステイ」を開業。2020年より新たに外国人スタッフを採用し、外国人目線によるコンテンツ開発や情報発信を強化。
- 地域の魅力を高め、発信することが誘客につながり、個々の施設や事業者の収益向上にも寄与するという考えのもとDXを推進する考え。

DXの取組内容

- 小浜町家ステイ、道の駅若狭おばま、お食事処 濱の四季をはじめ、ウェブサイト管理のみを行っている施設や事業も含めて9つのウェブサイトを運営。Google analyticsなどを活用し閲覧経路等を分析。また、各店舗での入込客数と売上データを共有しあうことで、地域への集客の重要性を認識するなど、意識改革も進みつつある。
- またアフターコロナ見据えた新しい観光の取り組みとして「秋の若狭おばま大人の癒し旅キャンペーン2021」を企画・開催。最新のAI技術を活用したデマンドバス「おばまAI運行バス」の運行やまち歩きとともに楽しめるスマホアプリ「エクスペリエンス小浜」の運用を開始。

効果内容

- ウェブサイト、スマホアプリなど、さまざまなツールを用いながら、小浜にしかない地域魅力を旅行者に訴求。地域一体で集客、消費拡大に貢献している。





株式会社まちづくり小浜（おばま観光局） OBAMA MACHIYA STAY

室数 7棟（分散型古民家ホテル）
 住所 福井県小浜市和久里24-45-2
 URL <http://obamakankokyoku.com>

コメント

- 体験コンテンツの充実をはかり、運営するウェブサイトを更新しながら、小浜での過ごし方、そこで感じられるまちの魅力を発信していきたい。それが町家ステイの稼働率を高めることにもつながると考える。
- デジタル導入のメリットを地域の観光事業者とも共有していくことが重要だと考える。
- 運営するウェブサイトの連携による相乗効果、来訪者の利便性を高めるデジタル技術やCRM（顧客関係管理）の導入などを検討していきたい。

DMO・宿泊施設



SEWI（ソウイ）



会社概要 ブランディングを軸として、あらゆる領域のデザインを行う。メインカテゴリーはブランディング、アートディレクション、インタラクティブデザイン、グラフィックデザイン、映像制作の5つ。
 住所 福井県福井市月見2-1-22
 URL <https://sewi.jp/>

コメント

- まちづくり小浜の7つのウェブサイトを担当。各サイトの連携を念頭に、コロナ禍の影響に対応した近場のエリア向けのコンテンツづくりにも留意。地域の現状として、そもそも観光資源がウェブ上にあがないのが現状で、きちんと可視化していくことが第一ステップと認識。現地に頻繁に足を運び、自分たちの目で確かめなら、地域の魅力を伝えるコンテンツづくりを行う。

IT事業者