

第23回 観光立国推進関係閣僚会議 ご説明用資料

手ぶら観光/Visit Japan Webについて

2024/4/17 デジタル庁

マイナンバーカードを活用した、手ぶら観光

- マイナンバーカードとひも付いたQRコードとアプリを発行・ダウンロードし、加盟店舗やスポット、公共交通手段の活用に対して、ポイントを付与。大将の裏メニューやまかない飯のあら汁の提供、裏動線から入れる観光名所案内といったポイントメリットを利用できるようにする仕組み。
- ポイント付与と引き換えに同意を得て匿名の行動データを収集。収集したデータを基に、日常的な店舗や街中にあるエリアの隠れた魅力をデータ分析し、再評価。次に、こうしたデータを共有し、地元事業者の方に再発見された魅力拡大への挑戦を積極的に促し、発信・誘客、地元事業の活性化を図る。
- 静岡県三島市、熱海市、函南町（伊豆ファン倶楽部）および三重県多気町、明和町、大台町、度会町、紀北町（美村プロジェクト）において、デジ田交付金の支援の下、取組みが進められている。

ポイントを貯める



ポイントを使う



- 「伊豆ファン倶楽部パスポート」におけるポイントの取得と利用

(出典)「伊豆ファン倶楽部」webページ <https://www.izufanclub.com/>

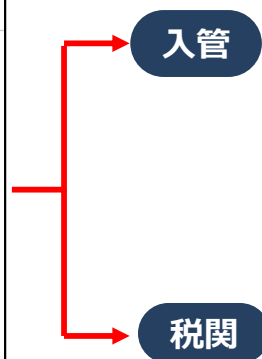


- 「美村パスポート」におけるマイナンバーカードとの連携

(出典)「美村パスポート」webページ <https://portal.mie-vison.org/>

「Visit Japan Web」とは、日本を訪れる者の入国手続き（検疫、入国審査及び税関申告）に必要な情報を登録し、入管や税関のゲートでは、登録されたQRコードをかざすことでスピーディに手続きを進められるオンラインサービスです。

The screenshot shows the 'Visit Japan Web' app interface. At the top, it says 'Visit Japan Web' with a menu icon and a help icon. Below that, it displays '日本入国・帰国の手続' (Japan Entry/Return Procedures) for a trip on 2024/02/01. There are buttons for '予定の修正' (Edit Schedule) and '削除' (Delete). The user is identified as 'DIGITAL TARO'. There is a note about switching users and a button for '同伴家族の選択' (Select Accompanying Family). Under '日本入国・帰国の準備' (Preparation for Japan Entry/Return), there are sections for 'ビザ連携 任意' (Visa Linking Optional), '検疫 (健康状態確認)' (Quarantine (Health Status Confirmation)), and '入国審査及び税関申告' (Entry Examination and Customs Declaration), which is marked as '登録済' (Registered). At the bottom, there is a button 'QRコードを表示する' (Show QR Code).



入国審査ブース



キオスク端末



電子申告ゲート



河野デジタル大臣による視察
(羽田空港)

【手ぶら観光関係 参考資料】

伊豆ファン倶楽部事業について

2024/04/17

デジタル庁

三段階の取組

「観光名所を掘り出し、外にアピールする」ではなく...



1. 「うちの地域には何もない」を壊す

2. 「何かある」、その何かを地元で盛り上げる

3. 地元で盛り上がったコンテンツを、外に発信する



- 振興するのは「地域のやる気」
- 見せるのは、地域の「人」の魅力
- それを引き出し、つないでいく活動をどう生み出していくか？



伊豆ファン倶楽部

IZU FAN CLUB

きっと誰かに語りたくなる。
そんな、伊豆の魅力を集めた会員サービスが、
伊豆の玄関口*からはじまります

*伊豆の玄関口とは三島市・新御所・御所町のことです

2024年2月に本格開始!

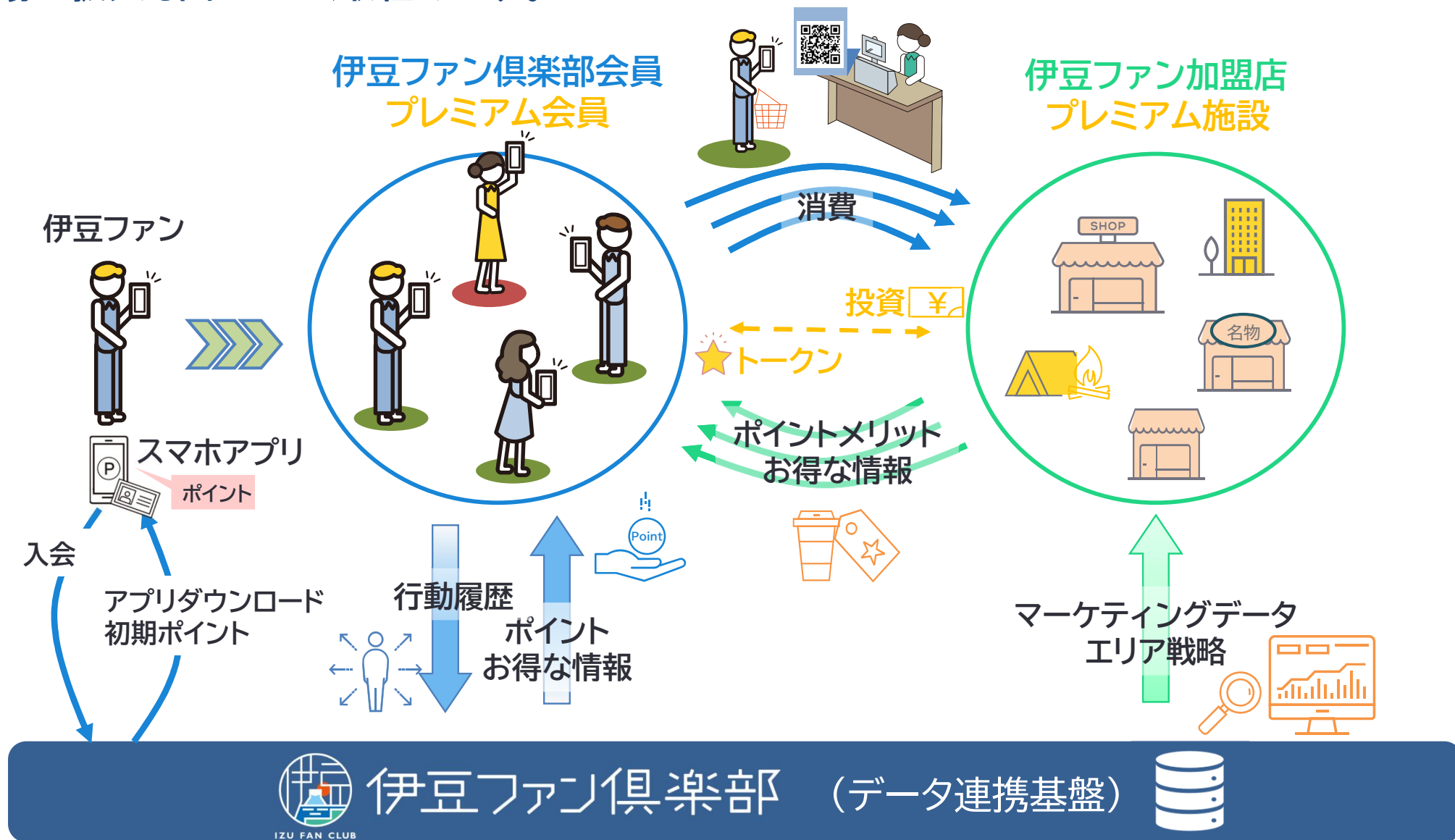
会員登録・利用は無料。
アプリをダウンロードして、新たな伊豆旅へ

店舗に置くQRコード →

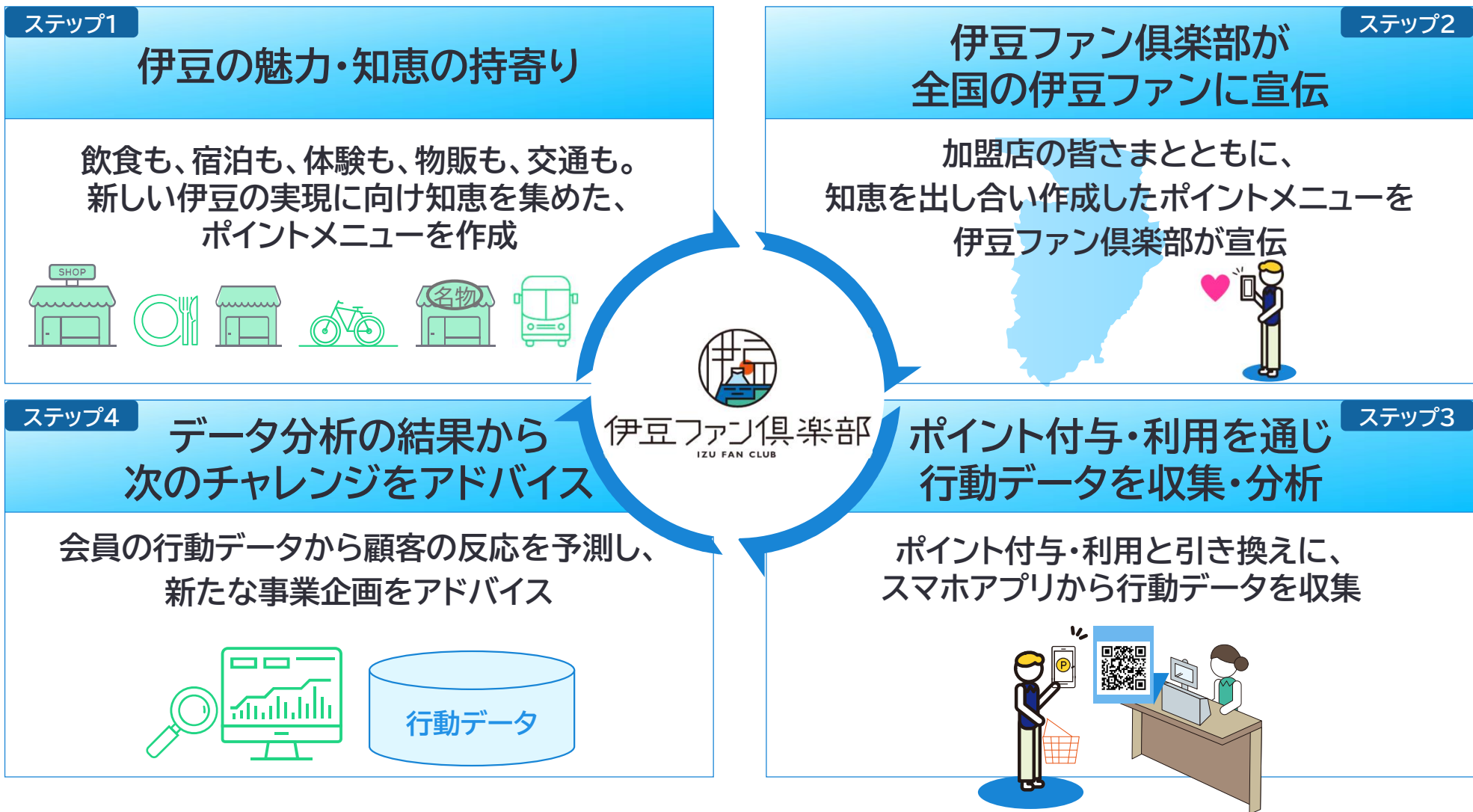
← 伊豆ファン倶楽部アプリの画面



伊豆ファン倶楽部は、加盟店相互の共助による誘客強化の仕組みです。また、収集する顧客の行動履歴等のデータを基に次の戦略を立案し、やる気と商業の振興をはかり、観光市場の拡大も図っていく取組みです。

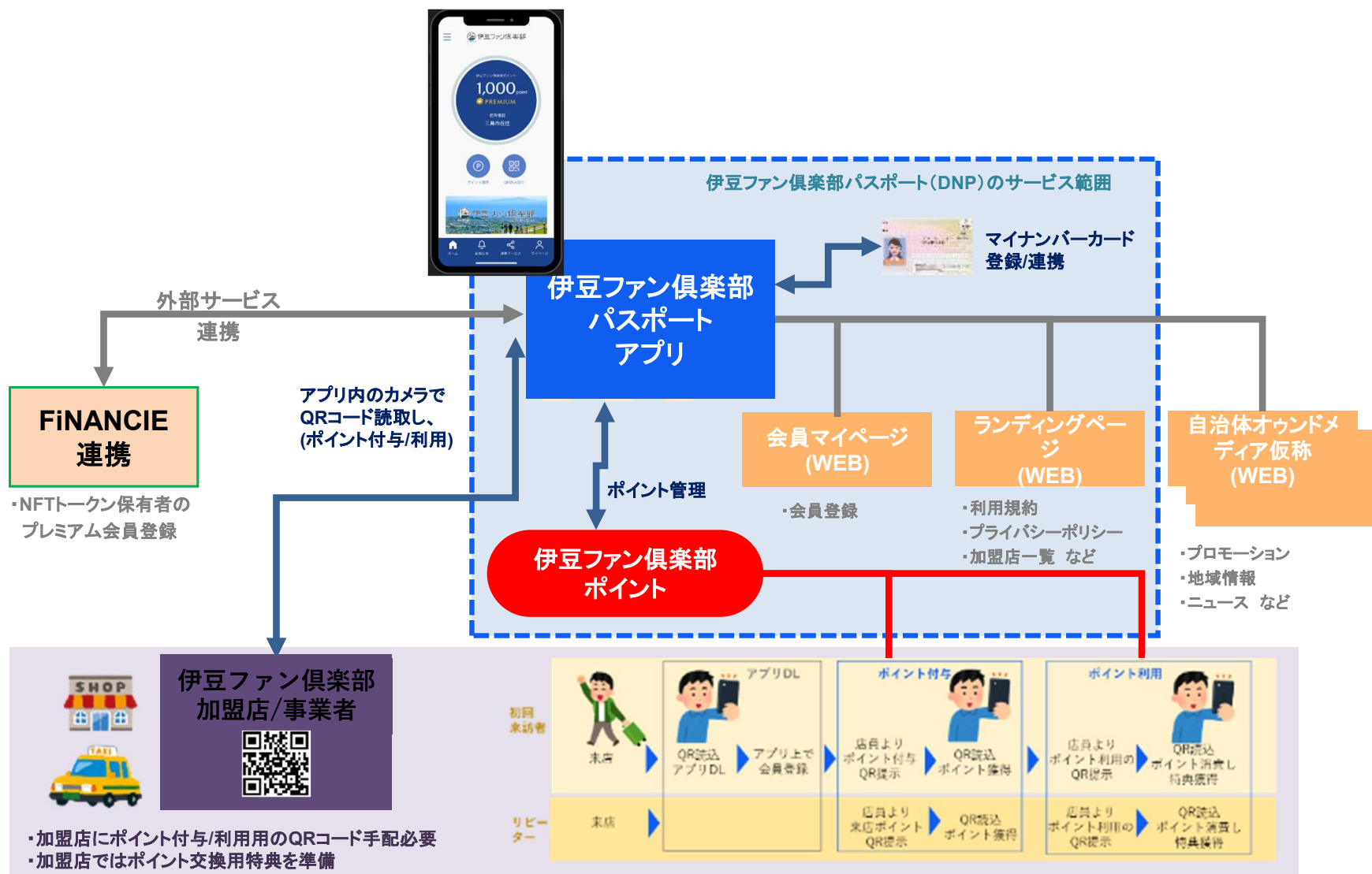


加盟店の皆さまとともに知恵を集めて作成するポイントメニューを、伊豆ファン倶楽部が全国の伊豆ファンに宣伝し、集めたデータから次なる事業の企画を支援します



伊豆ファン倶楽部の概要>システム関連図

【補足】伊豆ファン倶楽部パスポートアプリ サービス関連図



事業の進捗>伊豆ファン加盟店

会員メニューの開発 ポイント付与とポイント利用のシチュエーション例

ポイント付与例

●お店チェックイン

加盟店に設置しているQRを読み取る



今年度、まずは
ここからスタート

●体験を行うとポイント付与

酪農体験や農業参加でポイント獲得！



●イベント参加でポイント付与

〇〇フェスタなど地域イベント参加で
ポイントを付与する



●まちに眠るQR探し旅

まち歩き(QR探し)をしながら目的地まで行こう！

※移動過密領域改善を目的



ポイント利用例

●1ドリンク、小鉢交換！

一般的なクーポンブックの様な特典

一風変わった面白い利用案も開発中

●大将が振るう裏メニューが食べれる権利と交換！

熱海市民ランチ:おさかな食堂(熱海)

自家製ハーブシロップドリンク:音鳴(三島)

●シェフの試作料理が食べれる権利と交換！

施策イタリアン:パステリア地中海(三島)

創作海鮮一品:創作居酒屋REN(熱海)

●廃棄されていたものを活用

あら汁やスープサービス:五鉄(熱海)

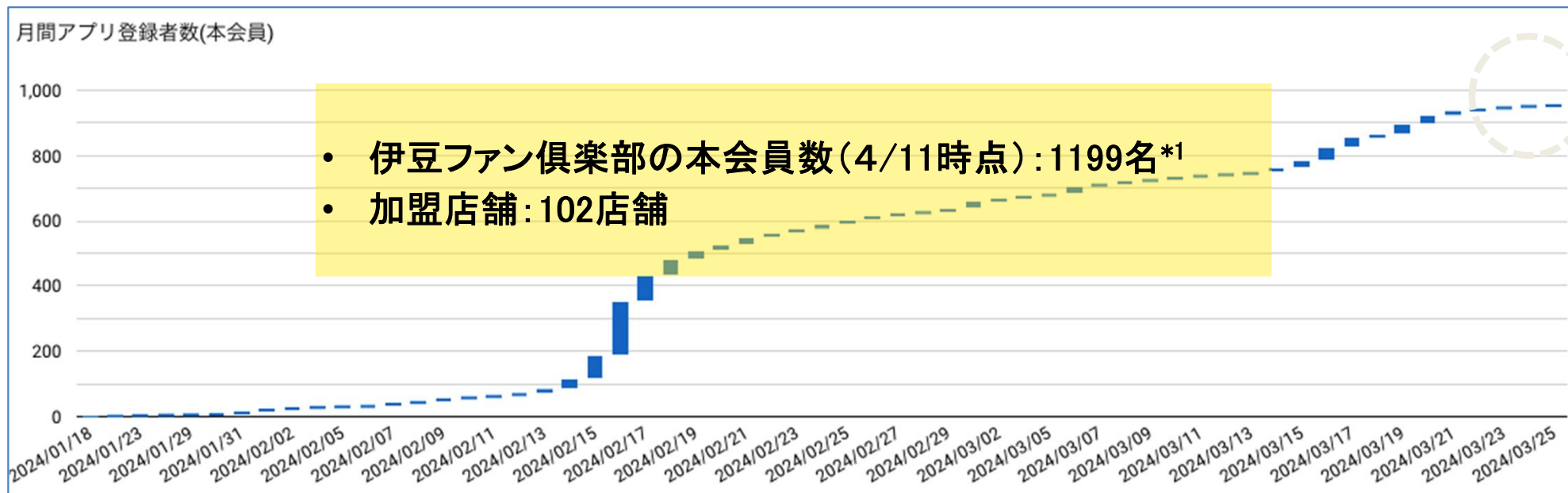
マグロのなかおちサービス:こばやし(熱海)

まかない小鉢:風土(三島)

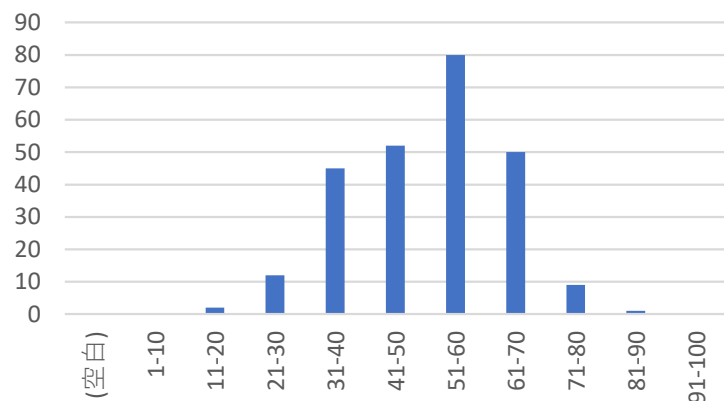
●裏側見学

楽寿園や三島大社など普段は入
ることができない場所の見学特典

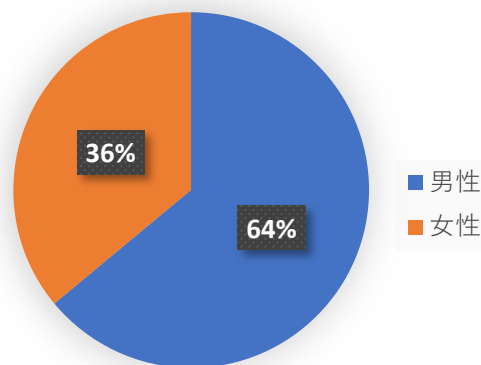
伊豆ファン倶楽部サービス会員数(立ち上げ後約3か月間の動向)



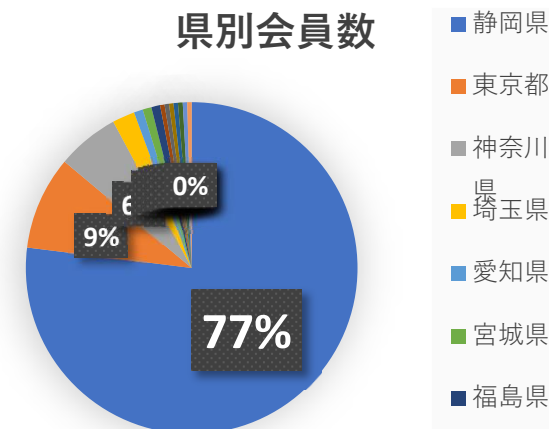
年代別会員数



性別比率



県別会員数



* 1仮登録状態の会員、退会済の会員を含めると1,084名、* 2約半数がメールアドレス登録エラー等により登録未完了

加盟店レポートの作成～方向性～

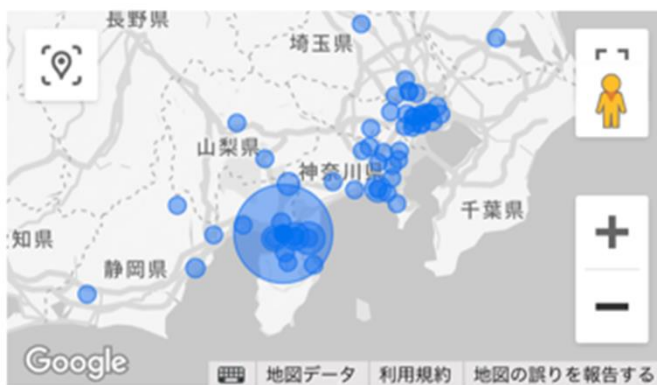
【加盟店レポートに必要なデータ分析を型化(分析ノウハウ習得by運営センター)】

- エリアデータやサーチデータ、会員の行動履歴情報を基に分析を行い、加盟店舗に有益なデータを提供することを目的にダッシュボードを作成

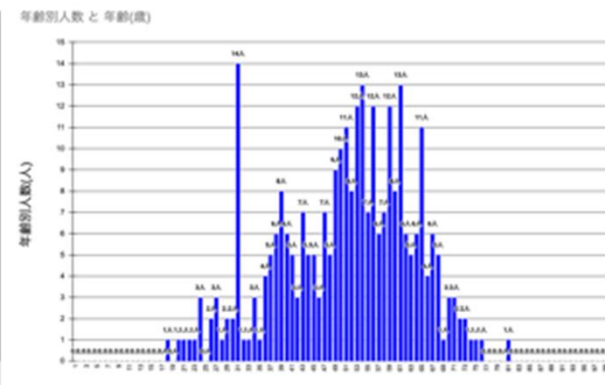
⇒加盟店勉強会において分析したデータを用いて説明を行うとともに、新たな商品・サービスの企画会議を行う。

【加盟店レポート構成案】

- 会員登録状況画面・日別月別の会員登録の集計
 - 登録会員の住所（市区町村別・県別）
 - 登録会員の年齢
 - 登録会員のMNCの登録状況（有無）



登録会員のエリア

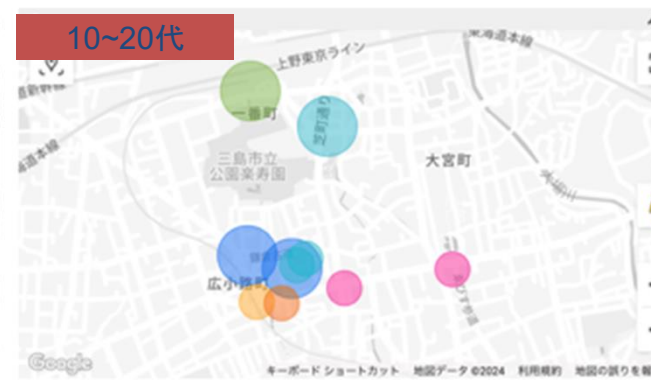


登録会員の年齢割合

- ポイント利用状況画面
 - 日別月別のポイント利用状況の集計
 - ジャンル別利用状況の集計
 - 加盟店/タクシー利用者の域内・域外割合
 - 加盟店/タクシー利用時間帯（0～24時）
 - 累計ポイント付与・利用の集計
 - 加盟店の3市町別利用状況
 - 個別店舗のデータ
 - 月間来店数とその内訳
 - ポイント付与、利用推移



利用者の居住エリア分布
(加盟店/タクシー利用者の域内・域外割合)

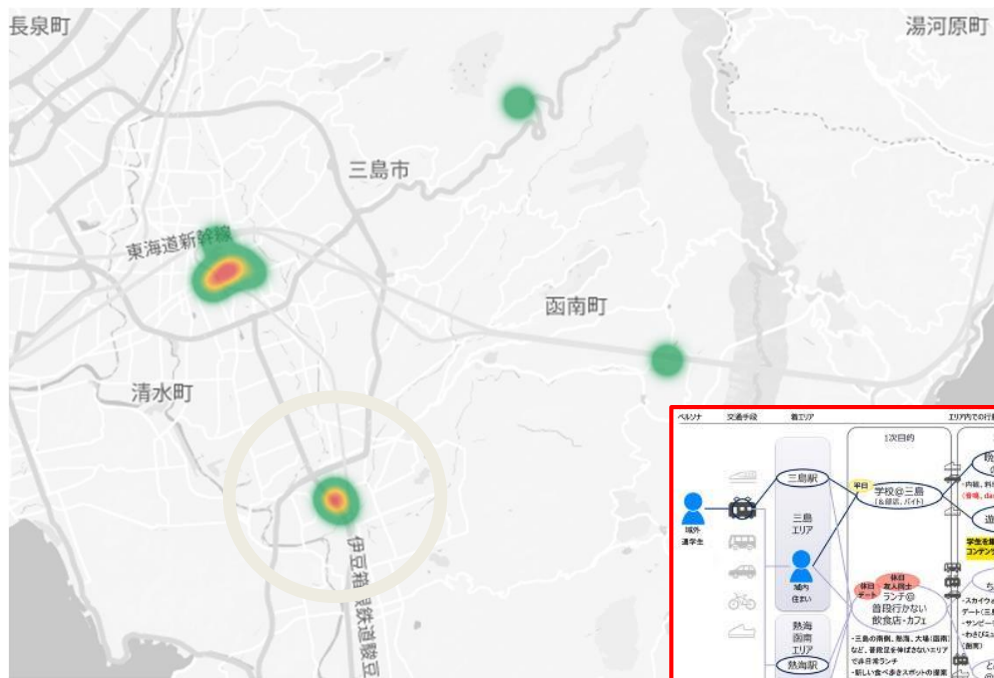


10～20代ポイント付与エリアと店舗ジャンル

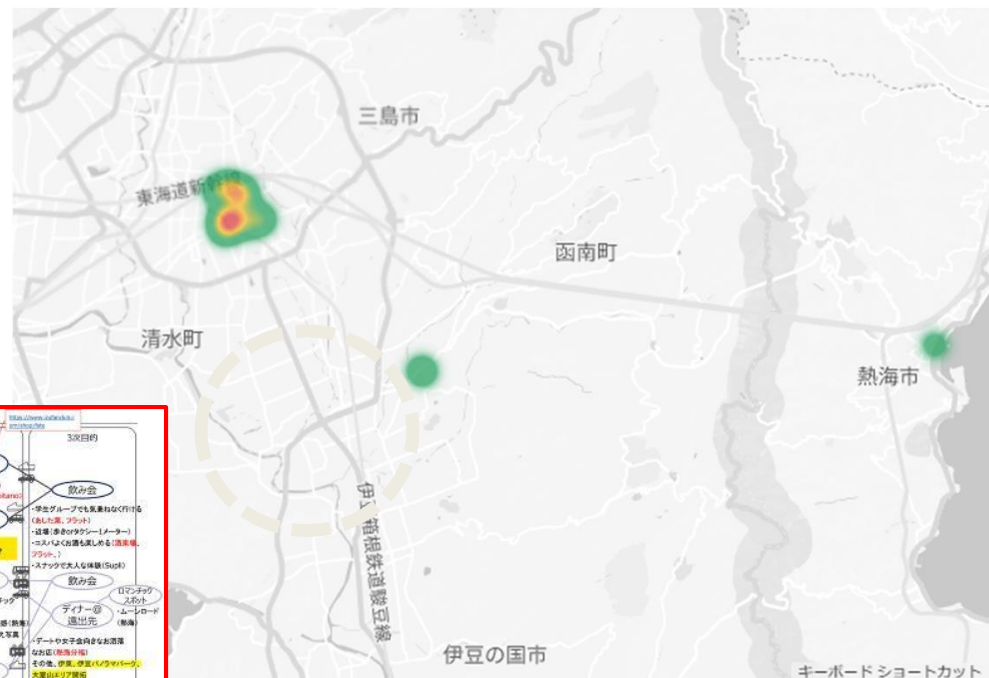
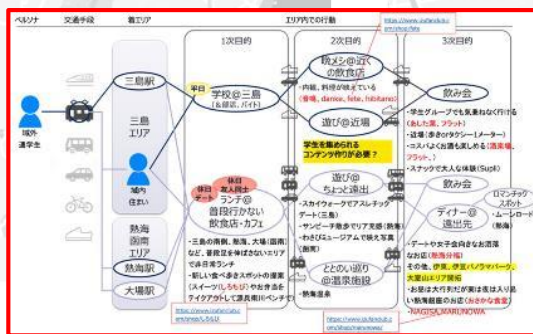
加盟店レポートの作成～検討中のデータ分析の例①～

伊豆ファン倶楽部パスポートアプリをダウンロードした会員の行動履歴を抽出し、加盟店舗のポイント履歴データより訪問ヒートマップを作成(データ分析に当たっては、許諾のあった会員の仮名化データを活用。)

- 域内ユーザー: 駅周辺利用だけではなく、広域エリアにおける道路沿いのエリア分布が著しいことから主に車移動の可能性
- 域外ユーザー: 従前の仮説通り、町なかにはあまり出ておらず駅前周辺のエリアに集約されている



【域内ユーザーの動向】



【域外ユーザーの動向】

域外ユーザーについては、今後駅前以外のエリアを周遊するユーザーが増えるよう、ターゲットごとのシナリオ案をもとに加盟店と一緒にコンテンツを更新していくことが重要

加盟店レポートの作成～検討中のデータ分析の例②～

伊豆ファン倶楽部パスポートアプリをダウンロードした会員の中で、個人情報の登録者に限定して加盟店舗の周遊データを分析

【30～40代における平日、休日の周遊データ比較】



今後は、マーケティング上ターゲットとした店舗や施設と相性の良い属性(年齢、時間帯、平日/休日の別など)を抽出しつつ、各ターゲット起点での周遊データを分析予定。

* 会員アンケートや会員登録画面への設問設置などの対応も検討

加盟店レポートの作成～検討中のデータ分析の例②～

加盟店の新商品・サービスの開発に向け、伊豆ファン倶楽部公式サイトへの閲覧履歴データなどを取得するために、Google AnalyticsとGoogle Search Consoleといったような分析ツールを導入

【Google Analyticsを導入した場合】

- Google Analyticsではサイトへのアクセス数や各ページの閲覧数、ユーザー特性などを集計し、リアルタイムの顧客動向を加盟店舗の商品・サービス企画の参考データとして活用する。



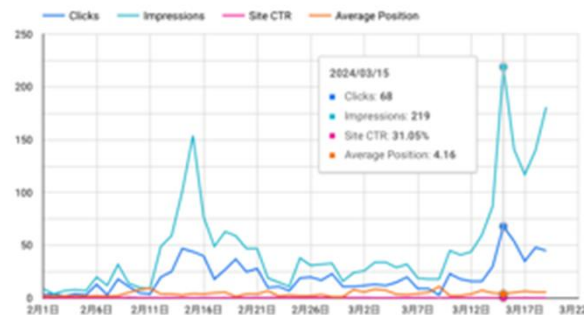
サイト訪問者数

セッションの参照元	セッションのキャンペーン	表示回数
1. (direct)	(direct)	5,129
2. google	(organic)	2,095
3. city.mishima.shizuoka.jp	(referral)	1,184
4. yahoo	(organic)	869
5. bing	(organic)	500
6. city.atami.lg.jp	(referral)	175
7. town.kannami.shizuoka.jp	(referral)	175
8. flyer	store-202402	113
9. QRsticker	taxi-202402	62
10. flyer	KANPAI FESTIVAL-202403	48
11. izufanclub.git-creative.work	(referral)	42
12. (not set)	(not set)	37
13. finance.jp	(referral)	33
14. poster	store-202402	33

媒体別サイト流入経路

【Google Search Consoleを導入した場合】

- ユーザーがどのキーワードで検索した時に、結果としてどのような表示がされたかなど、伊豆ファン倶楽部公式サイトへのアクセス前のデータを取得することで、提携店舗が新商品・サービスを開発した際の有効なPR方法の検討に活用する。



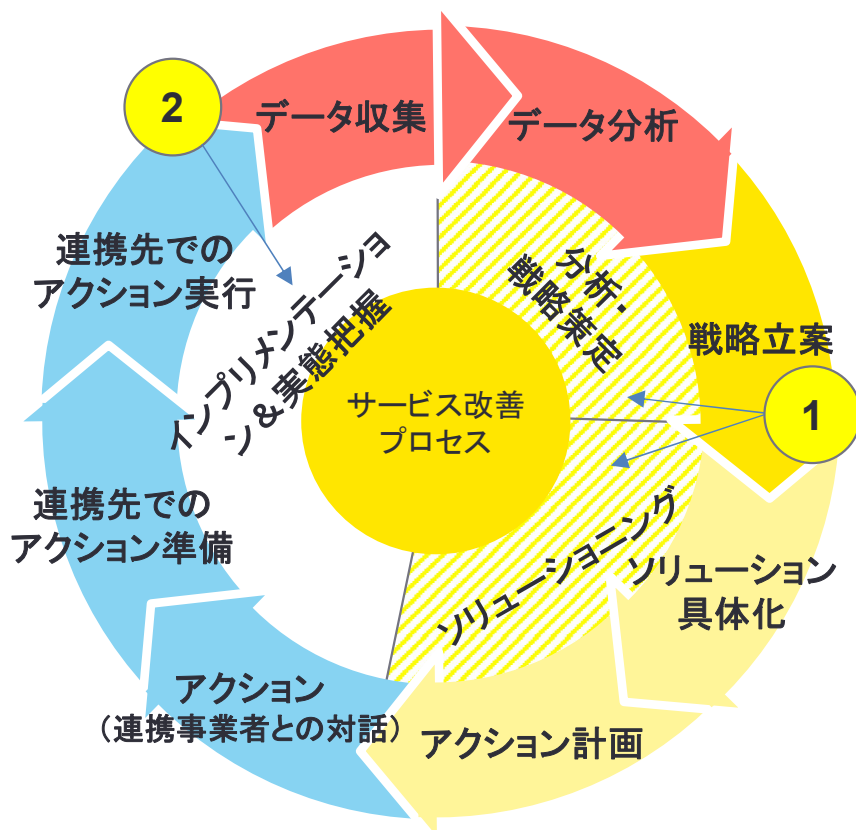
サイトへの訪問率

Query	Impressi...	Clicks	Site CTR	Average Position
1. 伊豆ファン倶楽...	811	559	68.93%	1.07
2. 伊豆ファンクラ...	300	230	76.67%	1.07
3. 伊豆乾杯フェス...	47	6	12.77%	4.6
4. 伊豆ファン	3	3	100%	1
5. izu kanpai festi...	9	1	11.11%	7.11
6. 炙り海鮮 daish...	1	0	0%	53
7. 特別交換トーク...	1	0	0%	60
8. 伊豆	2	0	0%	12

サイト訪問キーワード

次年度のサービス改善プロセスは、今年度構築したデータ分析の型を基点に進める

- 1 アクセラレーターを中心としたアクセラレーター会議を3か月に1度程度開催し、データ分析結果を起点に、サービス(伊豆ファン倶楽部会員サービス・プレミアム会員サービス)の戦略・改善施策などの検討を行う
- 2 サービスの実態を、連携先(加盟店・タクシー事業者・プレミアム事業者)との勉強会開催・ヒアリング、データ収集&分析を通じて把握



データ収集&分析

- ・ 伊豆ファンアプリを介した行動データの収集・データ補完のためのアンケート・WEBサイト/SNSのアクセス解析等と分析を実施

伊豆ファンアプリを介した行動データ

- ・ 会員属性ごとの行動データ(タクシー×加盟店利用データ)の収集を通じた嗜好性パターンの把握
- ・ 会員属性ごとの購入トークンの把握と、行動データの掛け合わせによる示唆抽出

アンケート

- ・ 伊豆ファンアプリからは取得できない、ユーザーがどのターゲット属性にあたるかの情報補完

WEBサイト/SNS解析

- ・ R5年度に構築したWEBサイトとSNSをGoogle AnalysisやSNS解析などを通じてアクセス元・投稿に対するコミュニティの反応率・生の声等のデータを収集