

八戸×DNP

八戸広域の着地型観光推進DMO 設立を目指した動き

2015.12.08

公益社団法人八戸観光コンベンション協会
株式会社DNP×メディアクリエイト

「はちのへ」と読んでもらえなかった「八戸」 観光の大スター(A級観光地)も不在の「八戸」



ひとつひとつは魅力的なコンテンツだが 地元以外では殆ど知られていなかった

4万羽ものウミネコの繁殖地 **蕪島**



波打ち際まで広がる天然芝生地 **種差海岸**



魚介、お土産何でも揃う
The市場 **八食センター**



日本一の山車祭り
八戸三社大祭

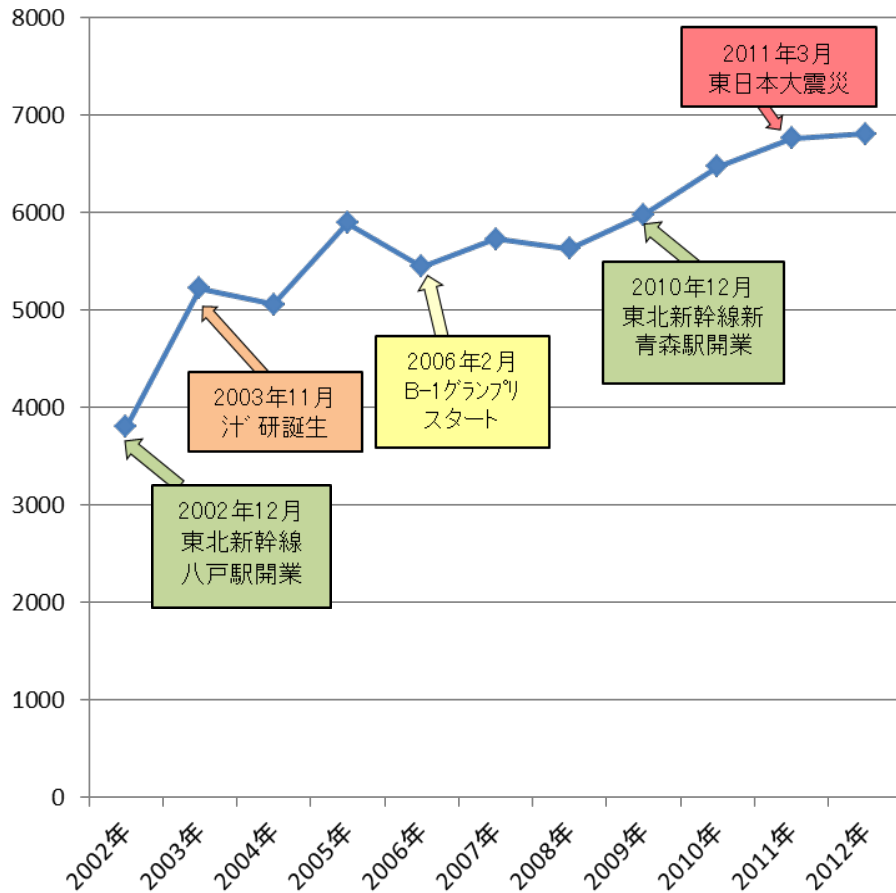


国宝・合掌土偶がある**是川縄文館**



そんな八戸でも3つの取り組みをポイントに 客と消費を増やしてきた！

八戸市の観光入込数の推移



Point 1

八戸せんべい汁と
B-1グランプリ

Point 2

官民が力を合わせた
着地型観光

Point 3

I T活用による
取り組みの加速

「八戸せんべい汁」と「B-1グランプリ」

八戸を知ってもらうため「食」を切り口にマーケティングとPR



八戸せんべい汁
200年も食べ継がれた
八戸の郷土料理



朝のせんべい喫茶
せんべいとコーヒーの
モーニング・ディープな
朝のコミュニティ



B-1グランプリ ご当地グルメでの「まちおこし」

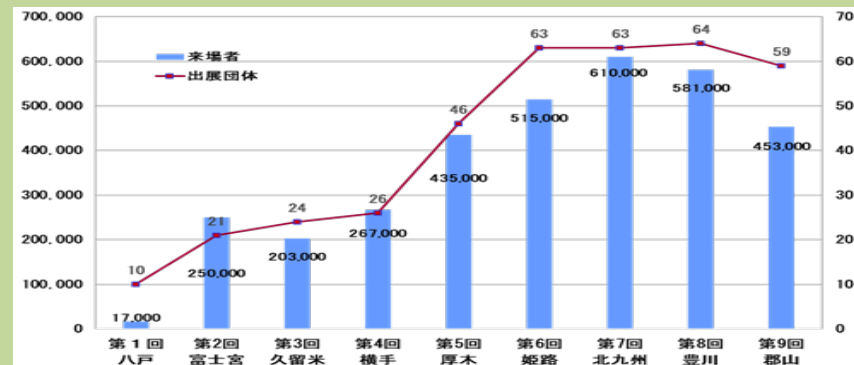
「八戸せんべい汁」による経済波及効果

年間563億円 (2010年度総務省調査)
直接効果376億円 間接効果187億円
広告・宣伝効果1億円以上

「八戸」のメディア露出実績

年間95回 (2010年度観光課対応分のみ)
テレビ等41回 + 雑誌等54回
2007年度 テレビ等 + 雑誌等 = 41回
2013年度 // 52回 + // 58回 = 105回

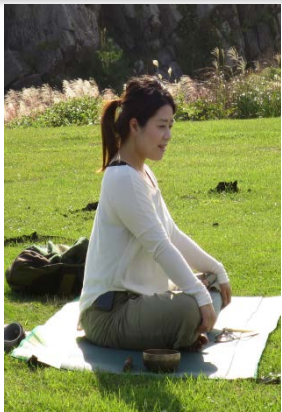
「B-1グランプリ」来場者と順位



4位 2位 2位 2位 3位 3位 **優勝**

官民で力を合わせた着地型観光

何気ない日常を観光資源に！八戸を満喫して欲しい



波の音を聞きながら種差海岸天然芝での「朝ヨガ」

街中の8つの「横丁」ふれあいと人情に溢れる



日本最大級・港の岸壁で
日曜だけの巨大「朝市」



「朝市」で日本一元気な朝ごはん

「つぼ焼き芋」のおばあちゃん

IT活用による取り組みの加速 八戸のファン・リピーターになって欲しい

A級観光地はないが、B級、C級観光地はあるという街は多い
既にイメージ醸成されたA級より、B級、C級の方が地元愛は強く、ディープな魅力に溢れる
B級、C級で留まっているのは観光客に対するその距離と情報伝播力だけである
この課題を解決し、日本中を観光客で一杯にしたい！
その想いで開発したものが、想定外の寄り道に誘う旅行アプリ「YORIP」です

旅行前の機能

- ①ニーズに合ったコースを表示
- ②一緒に行くと情報共有
- ③旅の予約（協賛旅行社サイト）



旅行中の機能

- ①コースの確認
- ②よりみちスポットPUSH
- ③観光の感想を投稿・閲覧



旅行後の機能

- ①体験した旅行をコレクション
 - ②旅の記録を共有
- “非常に”満足な旅行体験の記録化



YORIPは観光のグッドサイクルを作ります

八戸の魅力（名産品や観光スポット）の収集・再発掘
→八戸の魅力データベースの生成→スマホアプリに格納

MEMORY

八戸旅行をカタチに残す
訪ねた場所と
旅行中のコメントを記録

モチベーション醸成
他地域との相互集客

再訪

Promotion Planning

data

施策の効果測定
観光戦略に
活用可能なデータ
取得

集客 TRAVEL

せんべい汁をはじめとする名産品コンテンツや
魅力的なスポットをスマホアプリで伝達
想定外の感動体験の提供と地域内の周遊促進

今回の“よりみち”を
次回の“目的地”にする仕組み
それがYORIPです。

現地で知った情報や
現地で出会った場所こそ
旅の醍醐味



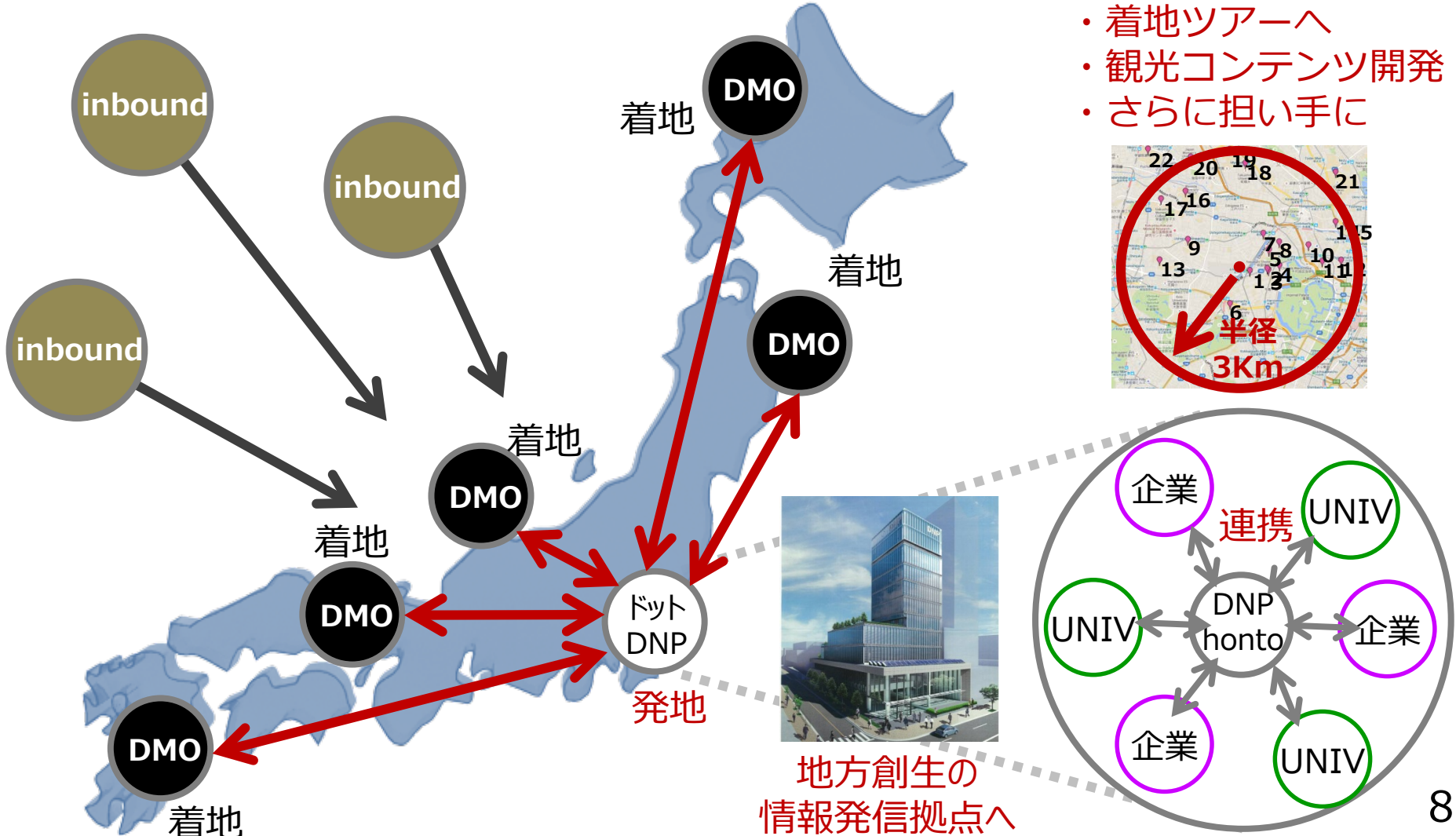
そんな寄り道体験が
観光客に
想定外の感動を与えます



DNPは着地視点でDMOを支援します

市谷駅徒歩1分にある生活者とのコミュニケーション施設「ドットDNP」ビルを情報発信拠点に。近隣大学（半径3kmに22校）と連携して発地への送客手法を共同開発する。

- 大学生、留学生と
- ・着地ツアーへ
 - ・観光コンテンツ開発
 - ・さらに担い手に



地方創生の
情報発信拠点へ

将来展開①

YORIPの次の展開

YORIP独自の 観光データ

観光地の魅力
データ

地元視点

ライター視点

観光客視点

外国人視点



観光客の履歴
データ

閲覧履歴

行動履歴

コメント履歴

気象データ

マルチコミュニケーション展開

リアルタイムでデータ取得できるアプリを第1メディアとして、そのデータで**各種メディア**を展開

インバウンド・アウトバウンド

多言語展開で外国人対応。言葉だけでなく**独自の国別カラーチャート**でデザインも最適化

ビッグデータの有効活用

- 寄り道傾向
- 天候とのクロス分析
- コメント傾向

など複合的なデータを観光戦略に有効活用。

→DMOマーケティング基礎情報へ展開

→B-1に代わる新たな戦略ツール創造

新しい収益モデル

時系列に次々と発生する旅行者履歴、気象情報データをリアルタイムに分析、情報配信する。

この仕組で最適な広告を配信するサービスで対価を獲得

将来展開②

広域連携の次の展開と八戸広域にとっての課題

NO1. 暗黙知化したネットワークから、DMOという組織へ

- ◇ これまでは既存の人間関係の中で、行政・観光団体・業界・NPO・市民等、官民が自然に連携・協力してきた。
- ◇ 広域で観光推進するにあたり、エリアマーケティングを行うDMOを目指したい。
＜課題＞
 - ◆ 広域市町村での、**官民による大きな枠組みでの合意形成と支援体制**の構築
 - ◆ 旅行者のセグメントに応じた**マーケティングができる人材と経費の確保**
 - ◆ 着地型**旅行商品の販売以外の収入源の確保、資金調達**

NO2. 活動の広域化に向けた課題と対策について

- ◇ 八戸市と比較して町村部は、ほとんど宿泊施設がなく二次交通が脆弱である。
- ◇ 中核となる市に取り込まれて、町村のイメージが薄れてしまうという抵抗感。
＜課題解決に向けて＞
 - ◎ **民泊等による宿泊キャパの確保**のための規制緩和等
 - ◎ 事業者による**定額制タクシーや相乗りタクシー実施**のための手続きの簡素化
 - ◎ 事業者以外の**民間による簡易型タクシーの導入等**、必要な制度改革
 - ◎ **広域観光ビジョン・戦略の策定**と、それを**遂行できる人材の確保**

そんな八戸のシンボリック的存在「蕪島」にある
「蕪島神社」が11/5未明に火災で全焼・焼失！
蕪島を活用した**旅行商品も多数あったが…**



2年程度での再建を目指して、行政も市民も一丸となって支援の輪を広げています。

全国からの温かいご支援、よろしくお願いいたします。