

南予の魅力を世界へ！ インバウンド誘客×観光DX加速化プロジェクト

採択事業者名

株式会社 MATCHA

コンソーシアム構成員

一般社団法人キタ・マネジメント、南予9自治体 | 株式会社エス・ピー・シー



勉強会の実施概要

コンソ内部のみ		含む外部	
実施回数の累計	南予自治体向け勉強会:1 実装先向け勉強会:16	実施回数の累計	インバウンドサミットin瀬戸内:1 南予事業者向け勉強会:1
参加人数の ユニーク累計	13	参加人数の ユニーク累計	サミット:725/勉強会:30

代表的な実施事例

狙いとゴール	本事業の進捗状況や成果を共有し、インバウンド誘客に向けた連携への興味関心を高め、横展開することにより観光DXの基盤となるSouthern Ehime Escapesの必要性を理解してもらう。
実施の成果	インバウンドサミットin瀬戸内にはオンライン・オフライン含め2日間で725名が参加。南予事業者向け勉強会では、観光事業者や自治体職員、官民の関心層が30名参加。愛南町には次年度見積りも提出しており南予におけるインバウンド誘客の優先度向上に貢献。
実施アジェンダ 協議内容	インバウンドサミットin瀬戸内では「日本のチャンスは瀬戸内にあり」というテーマを掲げ、瀬戸内エリアの観光事業のキーマンと共に愛媛県が目指すべきインバウンド誘客について議論する機会を創出。勉強会では南予支局も巻き込みながら、今後南予でのインバウンド誘客の検討に必要な連携や情報発信の方向性について提言。
参加者の一例	- 実装先およびコンソーシアムメンバー - 南予のみかん農園、観光事業者、体験コンテンツ運営者 - 地域の公民館長、地域おこし協力隊
次年度以降の 想定アクション	外部向け勉強会はDX人材の育成、ポテンシャル層の掘り起こしのため定期的開催。 ①Southern Ehime Escapesの運営チーム体制を構築。チームメンバー向けにも実施。 ②南予以外のエリアでもMCM Proを導入し愛媛の情報を拡充してくれる実装先を開拓。



データ活用・協議の具体例

重要指標例	データ活用・協議の具体例	
	実装前	実装後
	・ 訪日客のインサイトは自治体、JNTO、観光庁発信の情報が基本 ・ 南予9自治体が連携した継続的発信は未着手	MCM上で9自治体の情報を網羅して発信 ・ 閲覧データ、送客数をリアルタイムで確認 ・ 蓄積された閲覧データの分析結果を県内自治体・事業者と共有(勉強会)
	・ 南予9自治体が連携した継続的発信は未着手 ・ JNTO、自治体の訪日客情報からターゲットの大枠を選定	・ 詳細なペルソナを決めた上で広域でのモデルルートを発信しながらPDCA運用 ・ ターゲットのニーズを閲覧データとSNS発信への関心層からのフィードバックを元に可視化。インバウンド誘客に必要な情報を拡充。
	・ 限定的なデータを元に既存サイト上で可能な範囲で多言語での情報発信を実施 ※リアルタイムで閲覧データ分析は困難	・ 閲覧データからターゲットごとに刺さる検索クエリやコンテンツを可視化し、次回投稿する記事の内容に反映するというPDCAを組織内で自走化を実現
	・ 組織内での情報発信の自走化ができていないため、データを蓄積しながら発信のPDCAを回していくことが難しい ・ 南予広域での連携した中長期的情報発信の事例がほぼない。	・ 上記で可視化されたデータに基づき、客観的な指標に基づくノウハウ共有や意見交換を実現

代表的な実施事例

モニターツアーのフィードバックを生かしながら詳細なペルソナ設定を実施したうえで、広域でのモデルルートを発信。

ペルソナ細分化:33歳、男性、オーストラリア出身、既婚・子供1人、IT企業、オーストラリアの平均年収ほど
リモートワーク可だが、夏休みを利用して来日

↓

南予で期待する体験:ローカルな食文化や自然のアクティビティなど、その土地特有の体験を望んでいる。また、滞在中は観光ばかりするのではなく、地元のコミュニティに溶け込むように日本の田舎の日常を味わいたい。