



HITACHI
Inspire the Next



観光デジタルイゼーションを通じた地方創生の取組み

2020/10/30

 株式会社 日立システムズ

クラウドサービス事業部 本部主管

渋谷 透



Human * IT

本日本お伝えしたいこと

1. 日立システムズのご紹介

2. 長門市様との取り組み

3. 観光デジタルイゼーションを通じた地方創生の取り組み

本日お伝えしたいこと

1. 日立システムズのご紹介

2. 長門市様との取り組み

3. 観光デジタルイゼーションを通じた地方創生の取り組み

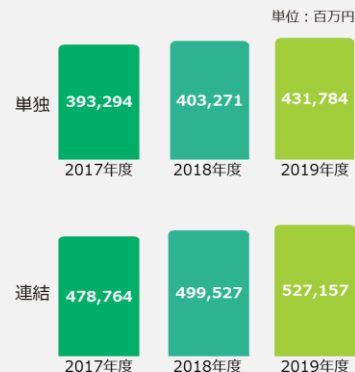
Human * IT

人とITのチカラで、驚きと感動のサービスを



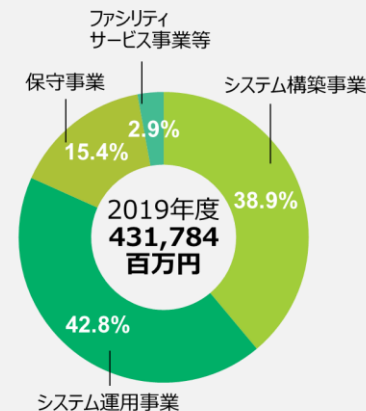
商号	株式会社日立システムズ
英語表記	Hitachi Systems, Ltd.
設立	1962年10月1日
資本金	19,162百万円
本社所在地	東京都品川区大崎1-2-1
代表者	代表取締役 取締役社長 柴原 節男
事業内容	システム構築事業 システム運用・監視・保守事業 ネットワークサービス事業 情報関連機器・ソフトウェアの販売と開発
従業員数	9,761名 (2020年3月31日現在、単独) 18,698名 (2020年3月31日現在、連結)

売上高



※ 連結数値は公認会計士の監査を受けておりません。
なお、連結数値はIFRSベースです。
※ 決算期は3月です。

部門別売上高比率 (単独)



現場にうれしいデジタルイゼーション



24時間365日体制で、 お客さまのデジタルイゼーションを支える 多彩なサービスインフラ

- 全国約300拠点のサービス拠点
- IT製品にとどまらない保守・工事サービス
- 店舗設備保全マネジメントなど幅広いBPOサービス
- デジタルイゼーションを支えるビジネスクラウド基盤「Gateway for BusinessCloud」

定型業務自動化支援サービス

協働ロボットサポートサービス

ドローン運用統合管理サービス

マンホールの防犯・安全対策ソリューション

CYDEEN カメラ利用型メーター自動読み取りサービス

CYDEEN 社会インフラ維持管理システム

福祉の森 見守りシステム

日立グループ 公共・自治体市場における取り組み

日立グループは、**公共分野全般において様々なソリューションを提供**しております。

具体的な取り組みとして、国の検討ワーキングやプロジェクトなどに積極的に参画し、社内外の幅広いネットワークにより得たノウハウや法制度改正の情報に迅速に対応し、お客さまのニーズに応えています。

官公庁 (総務省、厚労省など) マイナンバー関連事業、自治体システム標準化検討など、数多くの国家プロジェクトへの参画	都道府県 税系システム、内部情報系システム、国保市町村事務処理標準システム共同クラウドなど
警察・消防 消防通信指令システム 県警放置駐車システムなど	市区町村 住民情報系システム、福祉系システム、戸籍システム、内部系システムなど

ADWORLD

日立システムズ/ADWORLDの取り組み

国内トップクラスの基幹システムご提供実績

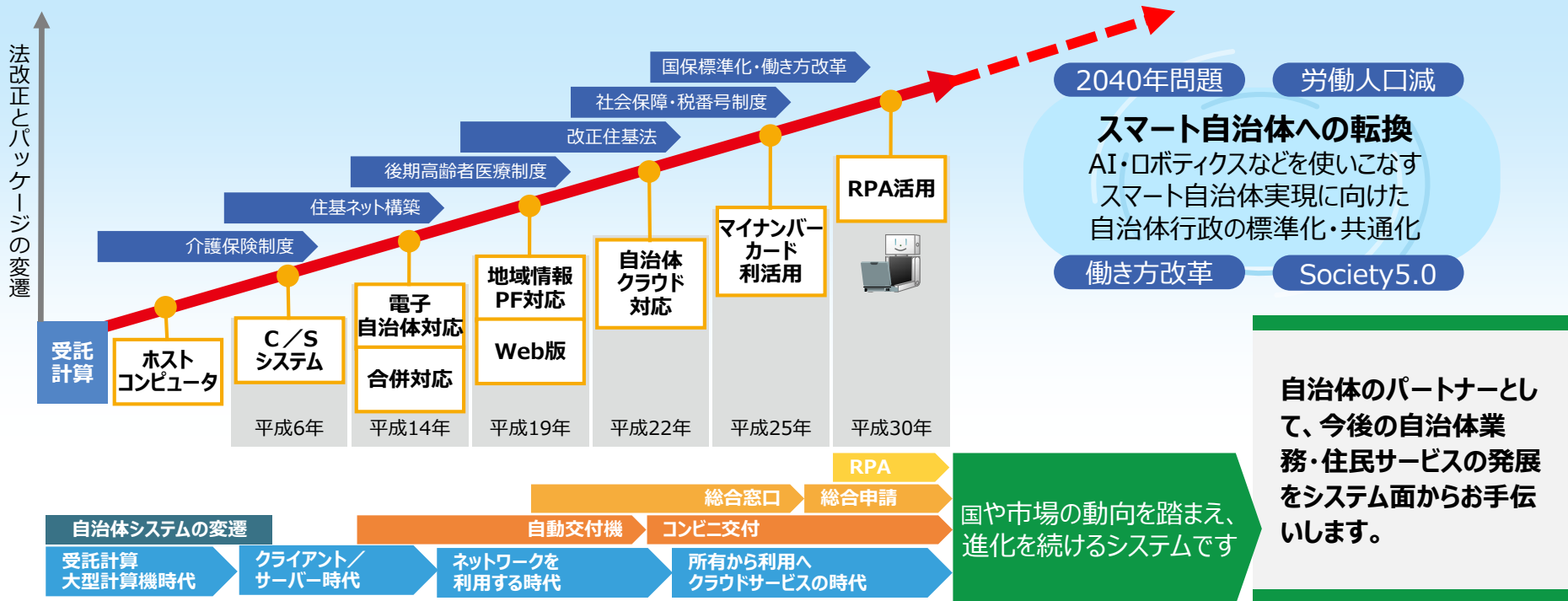
全国実績：232団体
(うちクラウドサービス導入110団体)



全国多様な人口規模の自治体にご採用いただいています。

人口2千人 (東峰村) ~ 72万人 (大田区)
の自治体実績

自治体業務への取り組み



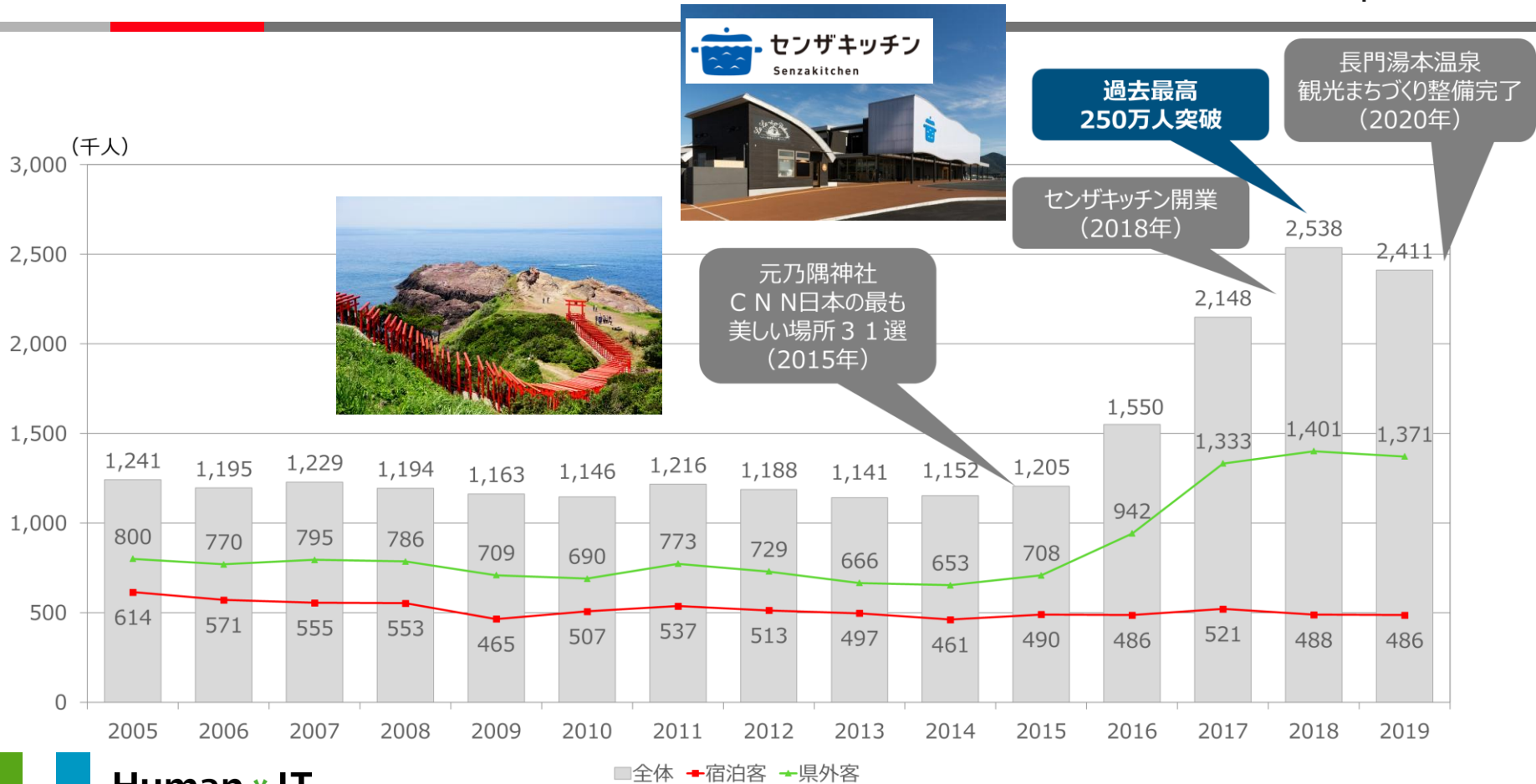
本日お伝えしたいこと

1. 日立システムズのご紹介

2. 長門市様との取り組み

3. 観光デジタルイゼーションを通じた地方創生の取り組み

2-1. 長門市様観光産業の状況



2-2. 長門湯本温泉再生プロジェクト

2014年に大型老舗旅館の倒産をキッカケに温泉再生プロジェクトが立ち上げられました

順位	温泉地名	都道府県
1	草津温泉	群馬県
2	由布院温泉	大分県
3	下呂温泉	岐阜県
4	別府温泉	大分県
5	有馬温泉	兵庫県
6	登別温泉	北海道
7	黒川温泉	熊本県
8	指宿温泉	鹿児島県
9	道後温泉	愛媛県
10	城崎温泉	兵庫県
11	高山温泉	岐阜県
12	箱根温泉	神奈川県
13	和倉温泉	石川県
14	伊香保温泉	群馬県
15	玉造温泉	島根県
...
86	長門温泉	山口県

目標は
TOP10

2019年
48位

- ・県内最古の温泉街の衰退 ※宿泊者数：39万人(1983年)→18万人(2014年)
- ・2014年：大型老舗旅館倒産がターニングポイント→マイナスから出発
- ・2015年：米CNNが「日本の最も美しい場所31選」に元乃隅神社紹介
- ・2016年：星野リゾートが長門湯本温泉進出発表
星野代表も参画し長門湯本温泉再生プロジェクト始動



2020年整備完了



公民連携の先進的取組評価
2020年グッドデザイン賞受賞

観光経済新聞社につぼんの温泉100選 (2015年)

2-3. 長門市様との包括連携協定

2020年3月観光地へのフリーWiFi導入を契機にICTを活用した地方創成に向けて包括連携協定を締結しました



目的；

- (1) **観光業**および関連する産業の振興
- (2) **地域経済活性化**(SDGs含む)
- (3) 行政および市内産業等の**人財育成**
- (4) その他、地方創生の推進



ICTを活用した地方創成に向けて協力体制構築



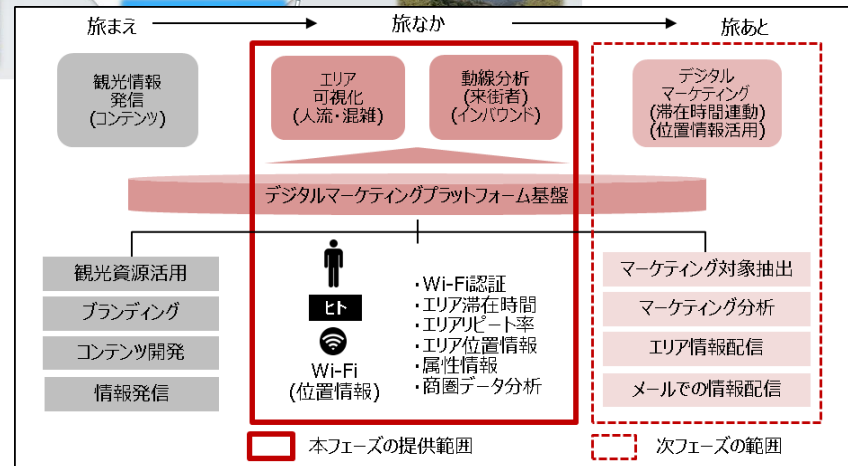
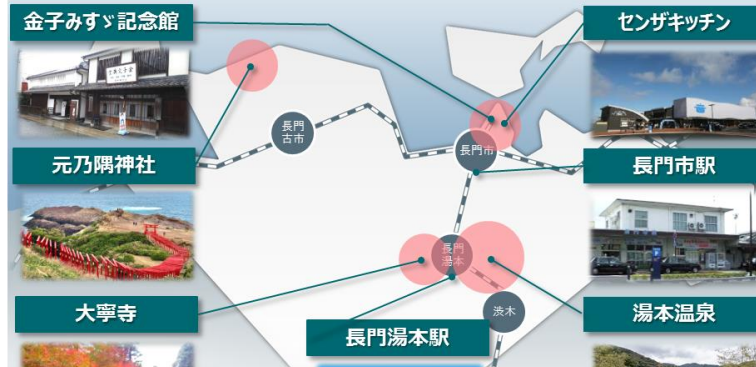
2-4. デジタルマーケティングの取り組み

これまで；
観光WebサイトやSNSの掲載写真
などのクリック数を計測し、より関心の
高い内容にするよう改善

課題；
観光地域内の**周遊性向上**が大きな
課題であるが手を打てていない
従来施策だけでは来訪効果が不明

今回の取り組み；
WiFiデータを活用し**エリア可視化**
と**来訪者の動線分析**を実施

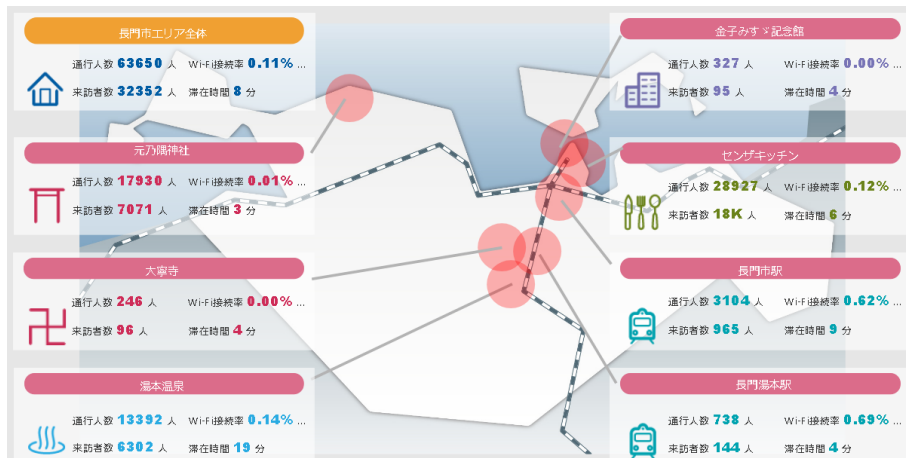
※主要7エリアでのWiFi整備



2-4. デジタルマーケティングの取り組み

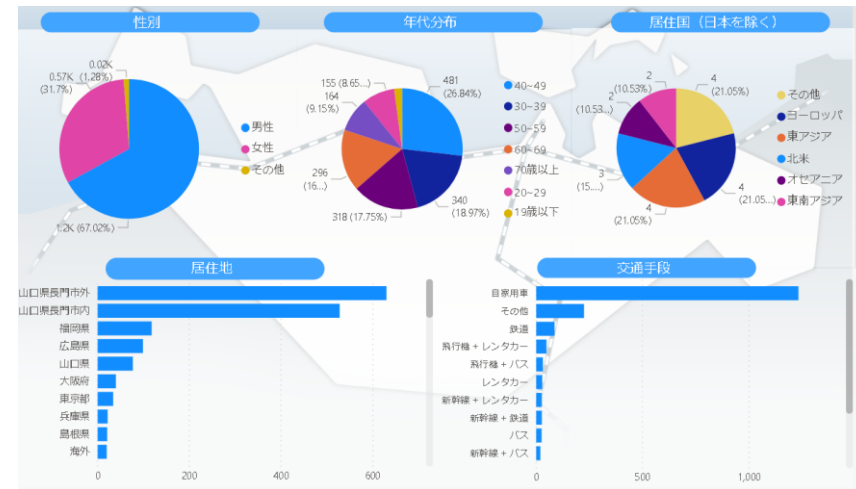
エリア別来訪者数の可視化；

- ✓ エリア別訪問客数をほぼリアルタイムで見える化
- ✓ 滞在時間などから通行人と来訪客を判断
- ✓ 機器を特定し、訪問数カウントの重複を排除



属性別情報の可視化；

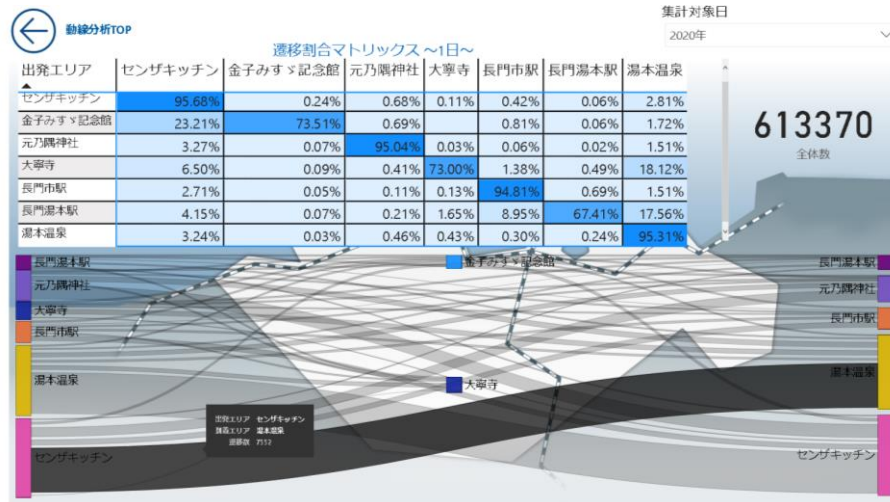
- ✓ 性別・居住地・交通手段等を分析
- ✓ スマホなどの使用言語から国籍を判別
- ✓ エリア別・期間別集約でイベントごとの集客分析



2-4. デジタルマーケティングの取り組み

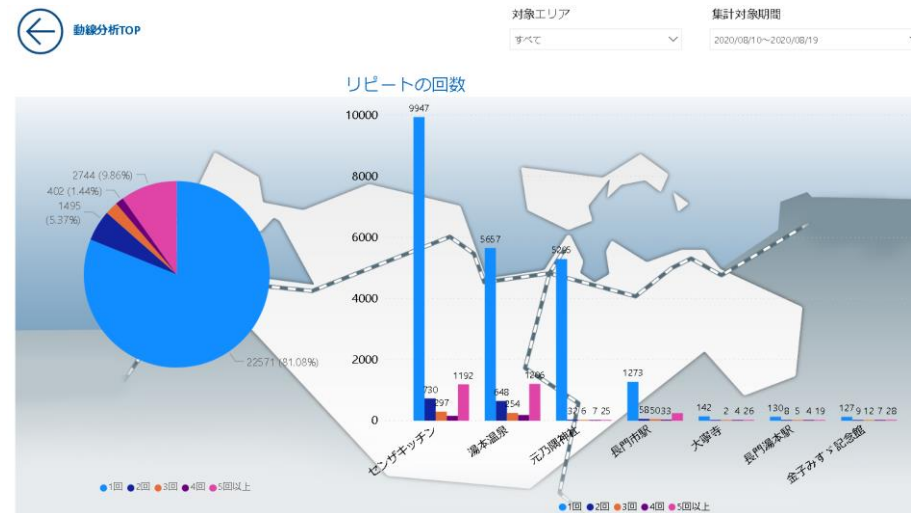
エリア間周遊状況の可視化；

- ✓ エリア間の周遊率をパーセント表示
- ✓ この分析により**エリア間の周遊が5%程度に留まっていることが判明**



エリア別のリピート率の可視化；

- ✓ エリア別のリピート率をリピート回数別に表示
- ✓ **リピート率向上が課題であることが明確化**



今後の課題；周遊性やリピート率を向上する施策を導き出すべくデータ活用方法をさらに検討！！

本日本お伝えしたいこと

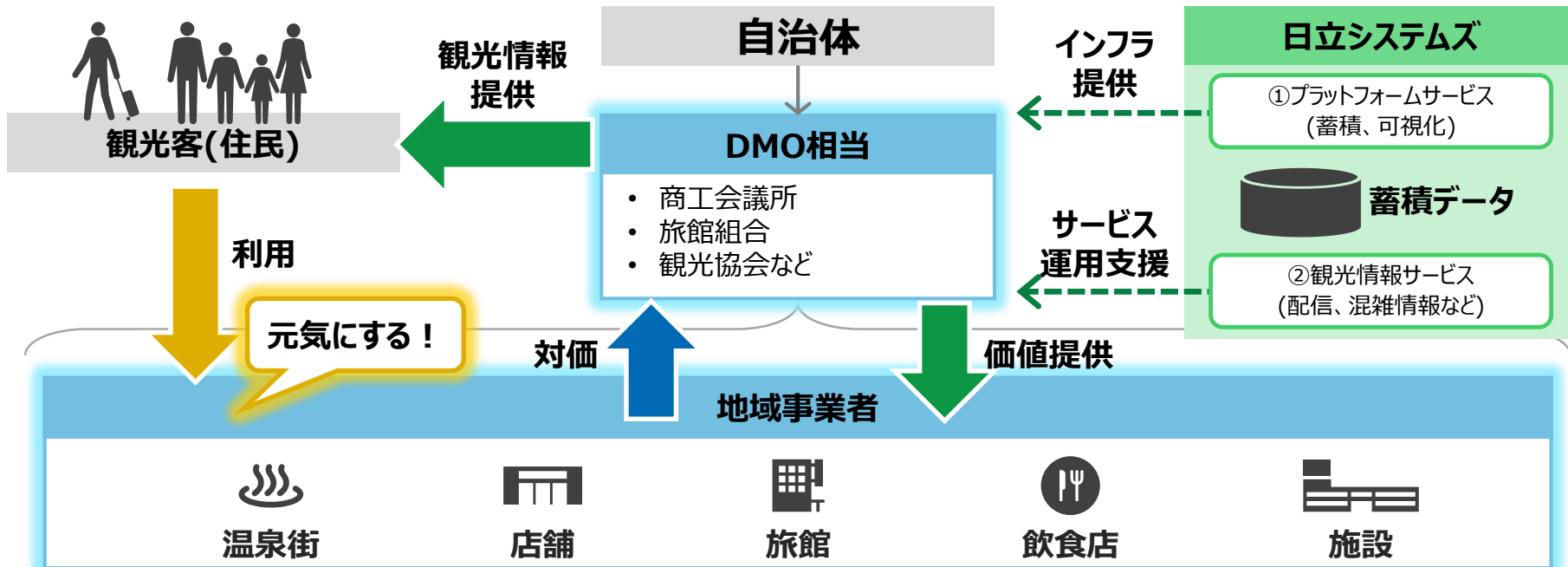
1. 日立システムズのご紹介

2. 長門市様との取り組み

3. 観光デジタルイゼーションを通じた地方創生の取り組み

3-1. 我々が実現したいこと

ニューノーマル時代における観光需要の落ち込みなど、自治体の課題を解決するビジネスモデルを支援します



観光地や商店街などの地域事業者を元気にすることにより地方創生を実現

3-2. デジタル技術を活用したスマートツーリズム

単なる可視化にとどまらず、あらゆるタッチポイントの観光客の動態データと施策をつなぎ、観光地の活性化をめざします



スマートツーリズムをサポートするデジタルマーケティングプラットフォーム

プロモーション強化による
集客力UP

周遊強化による
観光消費額UP

アフターフォロー強化による
リピートUP

Human * IT

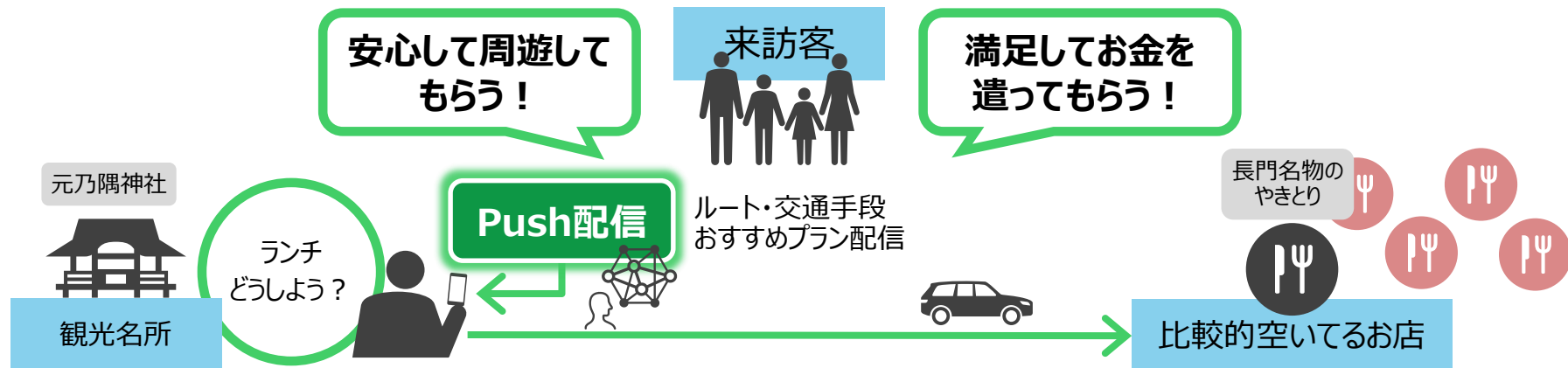
結果をフィードバック

3-2. デジタル技術を活用したスマートツーリズムの実現

例えば、スマートツーリズムでこんなことができるようになります

11月より
実証実験

COVID-19以後の社会では、観光においても混雑回避が重要
混雑状況・天気や来訪客の属性に合わせた周遊プランを配信



3密を回避しつつ充実した旅を提供

3-2. デジタル技術を活用したスマートツーリズムの実現

2021年より 実施検討

例えば、スマートツーリズムでこんなことができるようになります

観光事業者と観光客との情報交換の場(ファンサイト)を提供：双方向コミュニケーション



ロイヤルカスタマー（長門市ファン）拡大

3-3. 長門市と日立システムズのさらなるチャレンジ

各事業者がバラバラに保有したデータをワンストップで提供することで、新たな価値を生み出します

地域事業者
の意識

広告を出しているが、
正直効果があるかわからない

観光客が求めていることが
今ひとつわかってない

新たな施策を打ち出したいが、
どうすればよいかわからない

様々なデータをつなげて効果的な施策を検討

オープンデータ

- WEB（検索サイト）
- WEB（観光サイト）
- SNS（口コミなど）

位置情報

- 地域の位置情報
- 広域の位置情報

外部データ

- 気象データ
- POSデータ
- イベント情報

- 地域事業者の商売に直結するマーケティング情報を提供
- 地域事業者をデジタルマーケティングの世界に巻き込むプラットフォーム

3-3. 長門市と日立システムズのさらなるチャレンジ

各事業者がバラバラに保有していたデータをワンストップで提供することで、新たな価値を生み出します

今期中にPoCを実施予定

今後のチャレンジ

観光プラン(広告)発信後の
行動履歴分析

Web閲覧履歴、移動ルート、天候などの
相関分析

「旅なか」「旅あと」のつぶやき (SNS) など
来訪者の情報分析

インターネットから得られる
他観光地の情報分析

どのプランが
観光客に響いたかがわかる

何処でどの様に
情報発信すると
有効かがわかる

潜在的な
地域の魅力や
観光地の見え
ざる課題を発見

他観光地の
宿泊料金や
アクティビティ料
金などマーケット
情報の共有

根拠のない
値引きの
抑止

地域事業者の顧客増・収益増をめざしたビジネスモデルの構築に取り組んでいきます

3-3. 長門市と日立システムズのさらなるチャレンジ

観光地を別の視点から捉え直し、新たな魅力を発見・発信していきます

静かに過ごすための温泉地だと思っていたが……

長門市といえば、やっぱり温泉。家族連れや年配の観光客に向けて、ゆったりくつろいでもらえる環境をアピールしてきた。それなのに、いまいち集客効果がないんだよな……。



サイクリングなどのアクティビティが人気だった！

じつは、全国のサイクリストが集結するアクティビティスポットとして人気を呼んでいた。サイクリングコースや絶景スポットなどをアピールしつつ、温泉旅館はアクティビティの拠点としてアピールしよう！



※写真提供：長門市観光サイト「ななび」より

3-3. 長門市と日立システムズのさらなるチャレンジ

観光地を別の視点から捉え直し、新たな魅力を発見・発信していきます

由緒正しい古刹だけど、歩いていくのが大変……

かつては西の高野と呼ばれるほどに隆盛を極めた大寧寺。
その歴史だけでなく、春は桜、秋は紅葉の名所としても知られる。
でも、たどり着くには苦勞して遊歩道を登らなければならず……



お寺に向かうまでの道のりを楽しんでもらう

由緒正しい古刹への期待を膨らませつつ、歩くことを楽しむ。
遊歩道そのものを観光スポットとしてさらに演出することで、お寺に
向かうまでの道のりもひとつの体験として提供していこう！



※写真提供：長門市観光サイト「ななび」より

ニューノーマル時代の観光施策をデジタルの力で支援

地域事業者の活性化で地方創生に貢献

日立グループのノウハウ（キャッシュレス、地域通貨、ローカル5G など）で
地域の価値を最大化

継続して長門市さまと協力させていただき、同市をテストベッド
とした観光振興への取り組みを拡げてまいります。

Human * IT

人とITのチカラで、驚きと感動のサービスを。

 株式会社 日立システムズ

HITACHI
Inspire the Next 