

するが観光コラム

～“データ”ってなぜ必要？～



データ活用の意義

観光分野に限った話ではないが、データを使うことが重要であると叫ばれて久しい。デジタルトランスフォーメーションという言葉が提唱されてから 20 年余が経過した。現在は観光庁においても「観光 DX」を掲げ、曰く「データの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行う」とのことであるが、やはり先頭に出てくるのはデータの活用である。かく言う本レポートも、様々なデータを集約した、所謂「データブック」である。

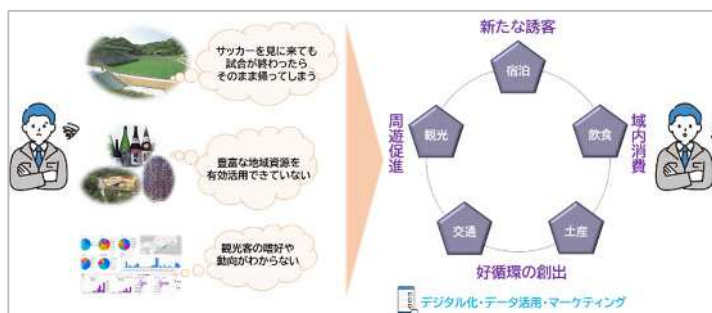
ではデータを使うと何が嬉しいのか、普段あまり意識していない方や、あるいはデータと聞いただけでアレルギーが出るような方に本コラムをお届けしたい。

もしデータ活用のハードルが高いと感じるならば、その原因は何か。一口にデータ活用と言ってもできることは多岐に渡るため、それゆえ具体のイメージが湧かず、知らない・わからないから最初の一步を踏み出せない、というケースもあるだろう。ここでは次の観点に的を絞り、データ活用のメリットを、事例を交えて紹介する。



事例の紹介

本年度、当財団が藤枝市とともに行った「藤枝市観光 DX 事業」を事例として用いる。これは、藤枝市が抱えている観光に関する課題に対してデジタル化などによりアプローチすることで、スポーツツーリズムを核として持続可能な「稼ぐ観光」の確立を図るもので、事業の一環としてサッカーJ2 の藤枝 MYFC ホームゲームにおいて来場者へアンケート調査を行った。



藤枝市観光 DX 事業のイメージ



アンケートの様子

実態を把握する

「ダービーマッチは盛り上がる」ことは、サッカーを観戦する方には当たり前の感覚だろう。図1は、調査を行った試合別（対戦相手別）の来場者の居住地比率である。清水エスパルス戦では来場者の22%が静岡市から訪れている。このように、「ダービーだからアウェーからも人が来る」といった**感覚**で捉えている事柄を、**定量的に実態把握**できることが、最も基本的なデータの特性である。

同じく図1の青色部分は、県外からの来場者の比率を示しており、対戦カードごとに県外からの来訪割合は異なるといったことも読み取れる。アウェーチームの所在地や人気、その試合の重要性などによりアウェーからの動員に差が出ることは、これもまた当たり前の感覚だろう。ではその差は具体的に何%なのか、データを使うことで定量的に把握することができる。このように定量的な情報が可視化されることで、「その差はなぜ生じているか」といった疑問が生まれる。その疑問を掘り下げていくことが、すなわちデータの活用につながる。

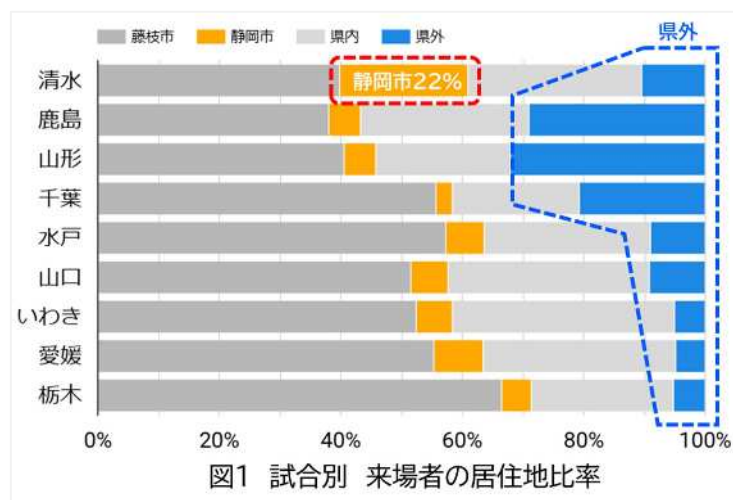


図1 試合別 来場者の居住地比率

要因を推測する

藤枝 MYFC の試合を観に来た総合的な満足度は、+12 ポイントであった。値がプラスで大変喜ばしいことである。同様に個別事項の満足度を調査した結果、試合の面白さは+8 ポイント、アクセスは-31 ポイントだった。

さて、この結果を見て何を思うだろう。例えば「アクセスが大きくマイナスなので改善しなくては」と判断し、巨額の予算を投じてバスの増便や道路の整備を行ったとして、本当にそれが奏功するだろうか。前述のとおり、「満足度」という人間の感覚が、データを使うことで定量的に可視化できるが、算出された時点では単なる「値」であるため、何によって人間の満足感が形成されているのか、疑問を掘り下げていくことが重要になる。



例として、図2は、総合的な満足度の値が何の要素に支配されているかということを簡易的に表したものである。縦の軸は個別要素の満足度の高低を示しており、前述のとおり試合の面白さは高く、アクセスは低い。横の軸は個別要素が総合的な満足度にどの程度寄与しているかを示しており、アクセスはこちらも低い値となっている。つまりアクセスは満足度が低い影響力も低いため、拙速にアクセスを改善したとしても、来場者満足度に繋がらないリスクが無視できない。このような掘り下げで重要な要素を炙り出したうえで、**限りあるリソースを適切に投下する**ことができれば、効率的・効果的な事業の推進に繋がる。



未来を予測する

ホームゲームの日には、アウェーの地からもサポーターが訪れ、更にそのうちの一部は市内に宿泊するため、試合を契機とした消費需要の高まりが予想される。

今回行った調査の結果では、アウェーチームサポーターは34%が市内に宿泊していた。また山形戦を例にとると、アウェーサポーター比率は27%であった。ここまでの情報をもとに、仮に再度山形戦が行われる際に、来場者数予測が5,000人だと仮定すると、平時よりも宿泊者が約460人増加することが見込まれる。

$$\begin{array}{l}
 \text{MYFCが持つ} \\
 \text{来場者予測情報} \\
 \text{(仮) 5,000人}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{l}
 \text{山形戦のアウェー} \\
 \text{サポーター比率} \\
 27\%
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{l}
 \text{アウェーサポーターの} \\
 \text{宿泊者比率} \\
 34\%
 \end{array}
 =
 \begin{array}{l}
 \text{宿泊者予測} \\
 \text{約460人}
 \end{array}$$

需要変動が事前に予測できれば、適切な値付けや人員配置など受入準備を行うことができる。上記はあくまで簡易的な推計であるが、データを集め推計の精度を上げていくことで、真に適切な対応が可能となり、来訪者満足度の向上や経済活性化に結び付いていく。そして街が盛り上がれば、更に人が呼べるようになる、といったようなデータに基づく一連の循環を、藤枝市観光DX事業では実現しようとしている。

結びに

前述の宿泊者予測では来場者数の予測を計算に用いていたが、これは調査で取得しているデータではない。データを活用するといっても単体で完結できるケースばかりではなく、出所の違うデータを組み合わせて考えていくことも必要となる。ここでやはり、複雑が故に最初の一步を踏み出せない、とならないよう、まずは何を実現したいのかを考え抜くことが重要となる。「データは使われるものではなく使うもの」という意識を持ち、活用していく一助として、本コラムを参考とされたい。またデータ活用にお悩みの際には、ぜひ当財団へお問合せいただきたい。