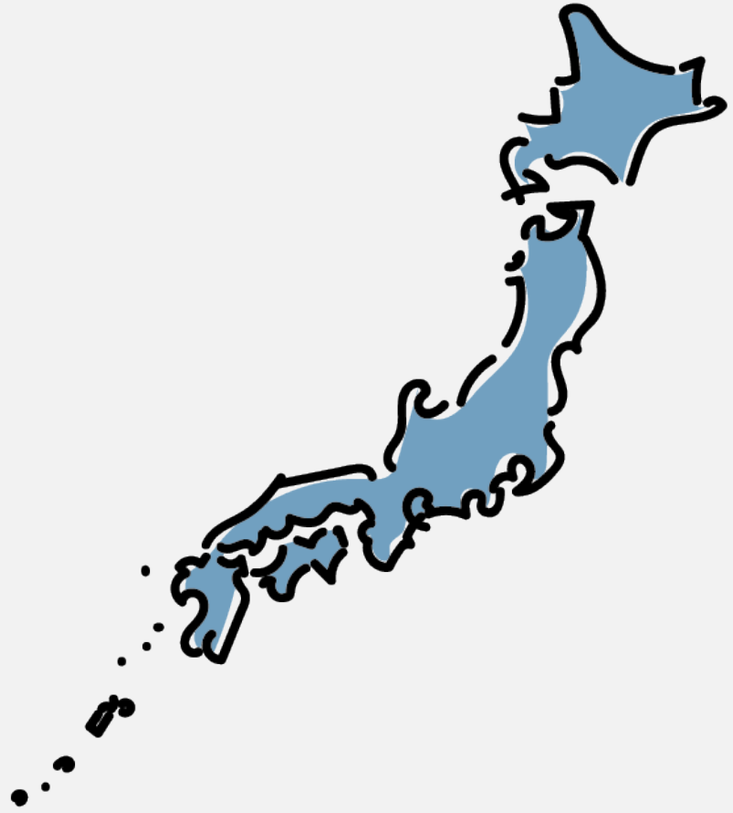
オルタナインサイトで実現する観光DX

DataVehicle

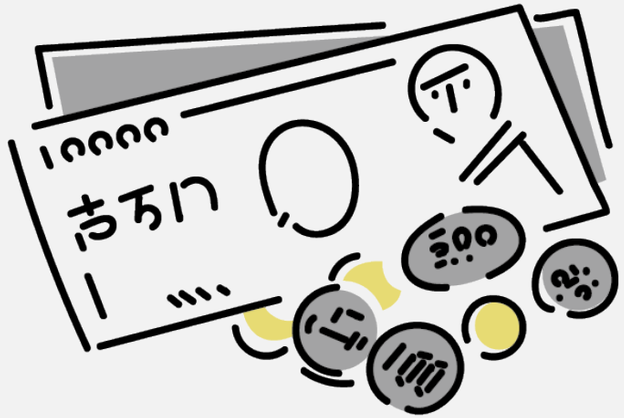


観光施策を実施するとき、
こういったこと、ありませんか？

中長期計画を立てるにあたって、活用すべきデータがわからない…

お金をかけて調査はしたが、施策立案に活かせていない…

予算の使いみちが適切であるという根拠が足りない…



観光施策を実施するとき、
こういったこと、ありませんか？

中長期計画を立てるにあたって、活用できるデータがわからない…

お金をかけて調査はしたが、政策立案に活かせていない…

予算の使いみちが適切であるという根拠が足りない…

EBPMが重要視されている今、
「データを活かす力」が必要です！

EBPM（Evidence Based Policy Making）とは…

根拠に基づく施策立案。政策の企画立案をその場限りのエピソードに頼るのではなく、政策目的を明確化したうえで政策効果の測定に重要な関連を持つ情報やデータ（エビデンス）に基づくものとすること。

引用元：https://www.rieti.go.jp/jp/special/ebpm_report/002.html

EBPMを推進することのメリット

1. 計画策定の際、データに基づいて問題認識と目標設定を行うため、中長期的な成果を生み出しやすい。

2. データ分析の結果から、一番効果が見込める政策に資金を配分するので、予算の有効活用につながる。

3. 合理的な説明が求められる際、透明性のある説明ができるため、建設的な議論が行えるようになる。

オルタナインサイトでEBPMを推進！

アンケートの分析にデータサイエンスの手法を適用することで、
科学的根拠に裏付けされたインサイトを発掘することのできる調査です！

EBPM（科学的根拠に基づく施策立案）の基盤を形成

アンケート調査

×

データサイエンス

＝

科学的根拠に裏付けされた
インサイト

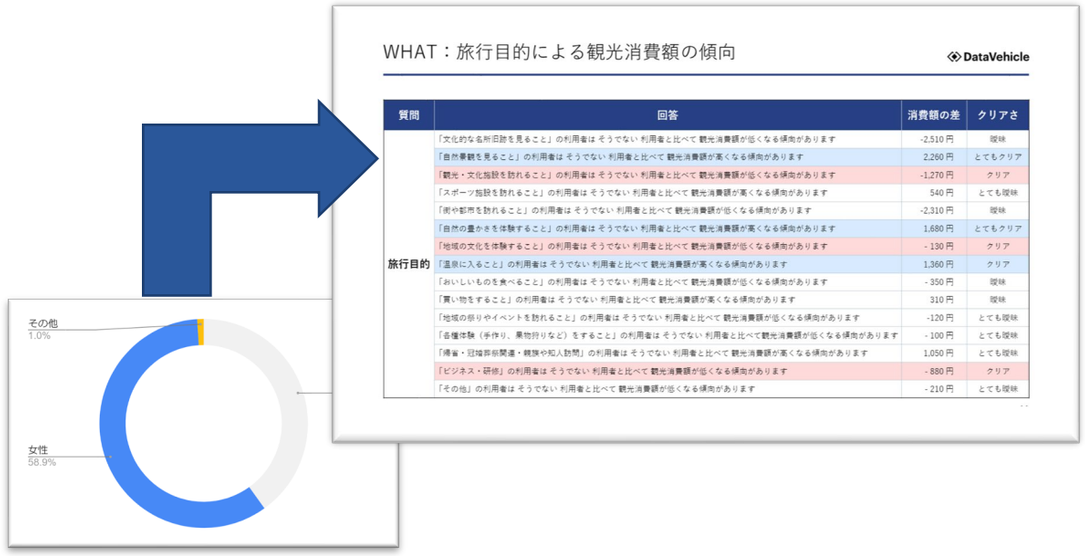
アンケート×データサイエンス

オルタナインサイトレポート

オルタナインサイトの特徴

DataVehicle

アンケートで収集したデータに高度な統計解析を適用し、その結果と根拠を文章で説明します。



見るべき指標が一目瞭然

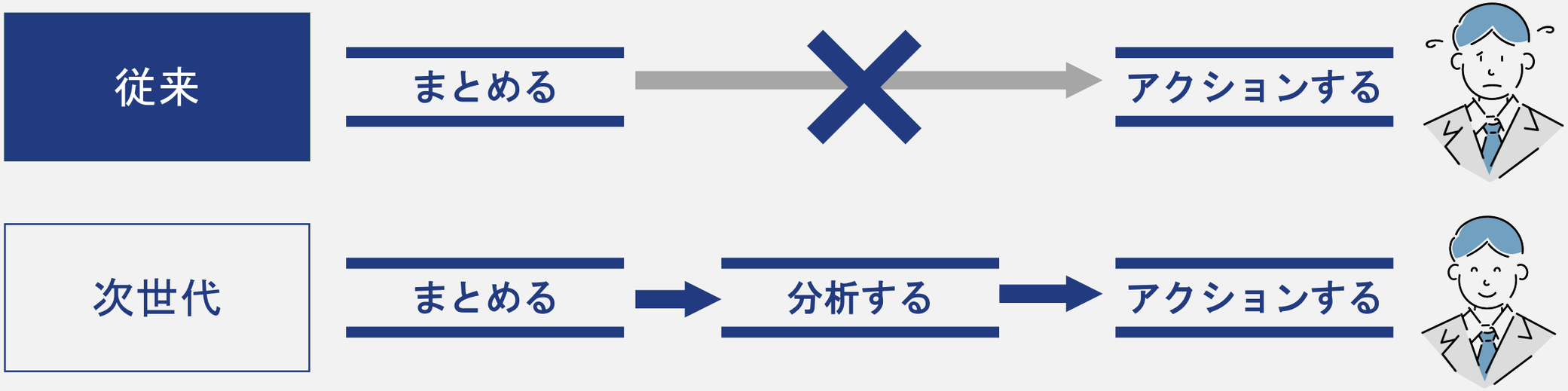
影響度が定量的にわかる

だから施策に直結する！

オルタナインサイトはこれまでとなにが違う？

DataVehicle

結果をグラフに『まとめる』(集計・可視化)だけの従来アンケートとは異なり、
『分析』(高度な統計解析)を行うことで、施策のクオリティが大きく改善！



アンケート設計のフレームワーク

DataVehicle

アンケートはWHO/WHAT/HOWの枠組みに基づいて設計されるから、施策立案に活かしやすい！

WHO/WHAT/HOWの枠組から得られる結果を…

WHO
誰に訴求するのか

×

WHAT
何を訴求するのか

×

HOW
どのように訴求するのか

▼

施策立案に活かして…

WHO	１都３県に住む, 小学生以下の子供のいる, 30代の男性をターゲットに
WHAT	家族との絆が深まる体験ができる, 幻想的・神秘的なスポットを
HOW	TV番組や雑誌をつうじて訴求する

▼

課題を解決！

観光消費単価の向上！

さらに

DataVehicle

自治体ごとに異なる課題に応じて分析の切り口を設定できるから、課題解決に直結した結果が得られやすい！

分析の切り口の例

- **観光消費額が高い人/低い人**の特徴の違いが知りたい
- **宿泊した人/していない人**の特徴の違いが知りたい
- **あるエリアに訪れた人/訪れなかった人**の特徴の違いが知りたい
- **再来訪意向が高い人/低い人**の特徴の違いが知りたい
- **紹介意向が高い人/低い人**の特徴の違いが知りたい

『EBPMデザインレポート』をご提供

【レポート内容】

■ 基礎集計ページ

アンケート回答者の分布をグラフで簡潔に確認できます。

■ 解析結果ダイジェストページ

どんな方でもわかりやすいように、解析結果の大事なところだけを「日本語で」お伝えします。

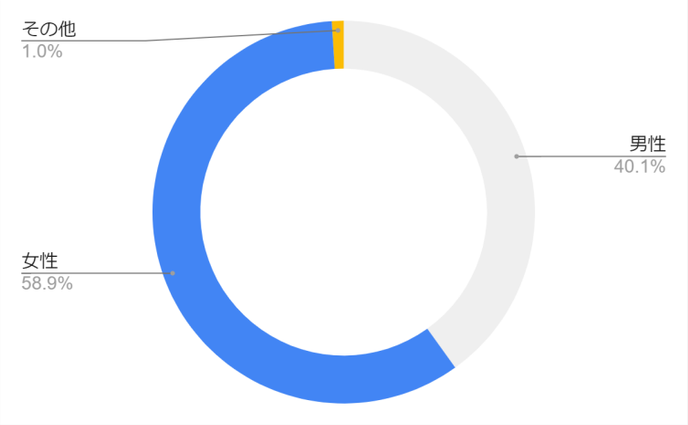
■ 解析結果詳細ページ

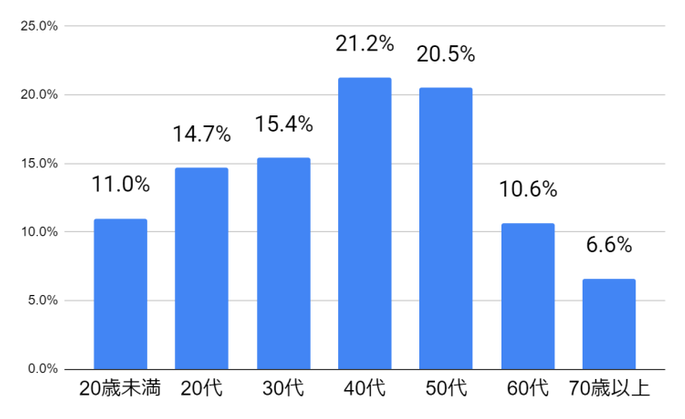
統計解析の手法を駆使したアウトプットで、課題解決に直結する要素を定量的に把握できます。

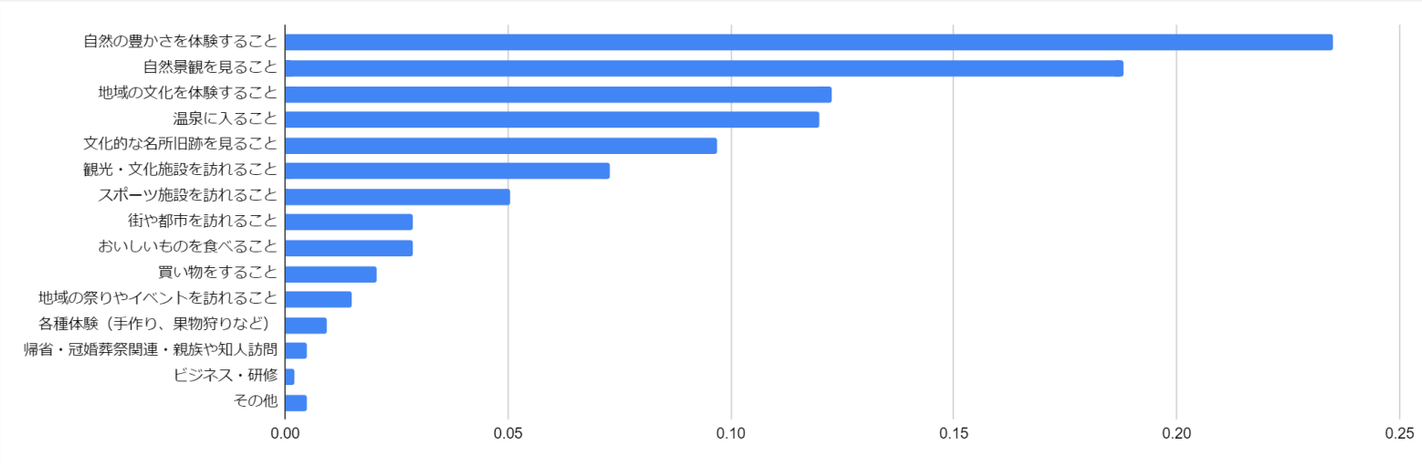
アウトプットイメージ：基礎集計によるデータの可視化

DataVehicle

アンケート回答者の分布が一目で把握できます。



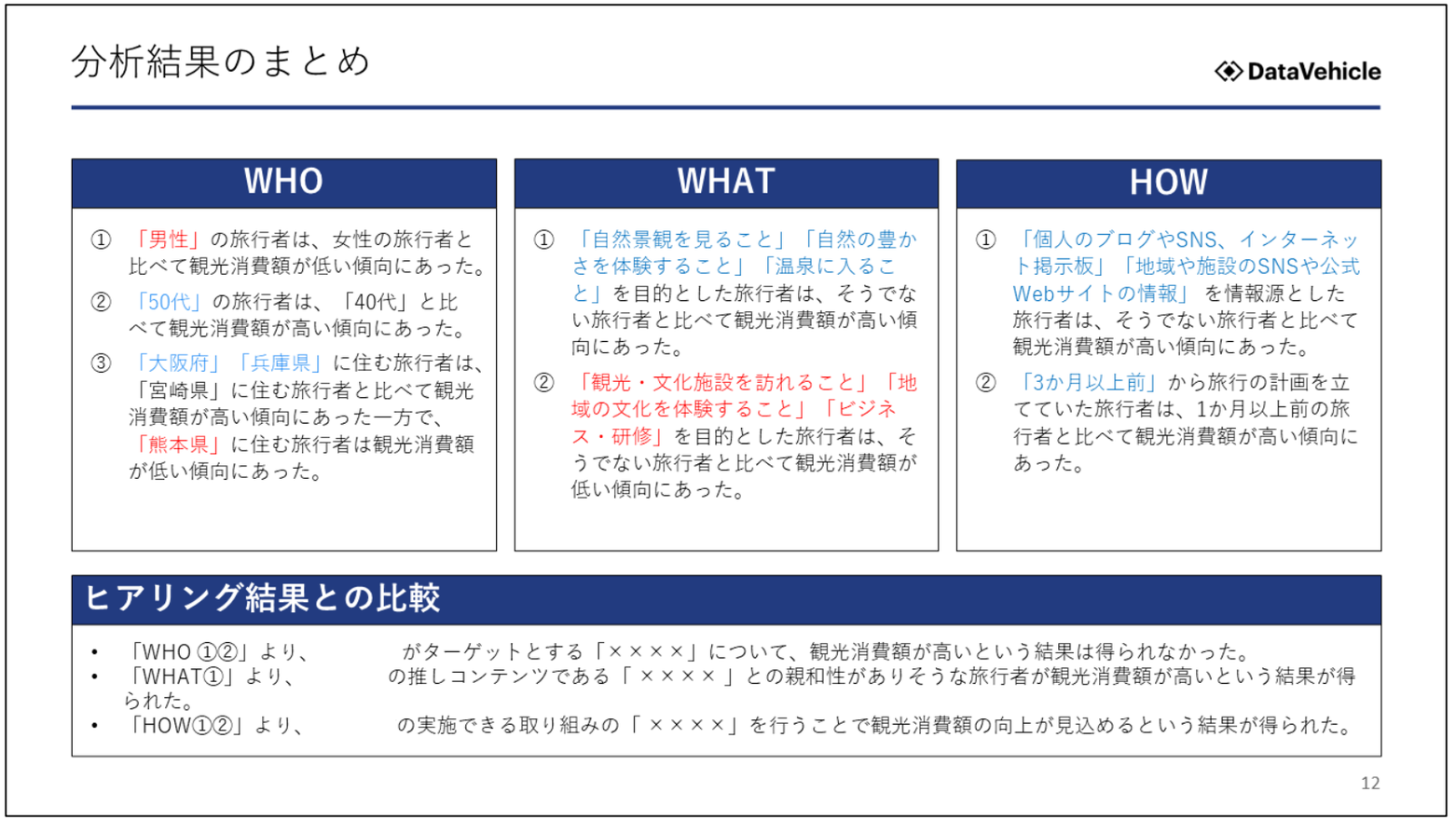




アウトプットイメージ：分析結果のまとめ

DataVehicle

分析結果から「誰に」「何を」「どのように」訴求すべきかを読み解き、誰にでも分かる表現で報告します。



分析結果のまとめ

DataVehicle

WHO

① 「男性」の旅行者は、女性の旅行者と比べて観光消費額が低い傾向にあった。

② 「50代」の旅行者は、「40代」と比べて観光消費額が高い傾向にあった。

③ 「大阪府」「兵庫県」に住む旅行者は、「宮崎県」に住む旅行者と比べて観光消費額が高い傾向にあった一方で、「熊本県」に住む旅行者は観光消費額が低い傾向にあった。

WHAT

① 「自然景観を見ること」「自然の豊かさを体験すること」「温泉に入ること」を目的とした旅行者は、そうでない旅行者と比べて観光消費額が高い傾向にあった。

② 「観光・文化施設を訪れること」「地域の文化を体験すること」「ビジネス・研修」を目的とした旅行者は、そうでない旅行者と比べて観光消費額が低い傾向にあった。

HOW

① 「個人のブログやSNS、インターネット掲示板」「地域や施設のSNSや公式Webサイトの情報」を情報源とした旅行者は、そうでない旅行者と比べて観光消費額が高い傾向にあった。

② 「3か月以上前」から旅行の計画を立てていた旅行者は、1か月以上前の旅行者と比べて観光消費額が高い傾向にあった。

ヒアリング結果との比較

- 「WHO ①②」より、　がターゲットとする「××××」について、観光消費額が高いという結果は得られなかった。
- 「WHAT①」より、　の推しコンテンツである「××××」との親和性がありそうな旅行者が観光消費額が高いという結果が得られた。
- 「HOW①②」より、　の実施できる取り組みの「××××」を行うことで観光消費額の向上が見込めるという結果が得られた。

12

アウトプットイメージ：観光消費額に影響を持つWHO/WHAT/HOW

DataVehicle

質問	回答	消費額の差	クリアさ
あなたの属性について教えて下さい。			
性別	「男性」の利用者は 女性 の利用者と比べて 観光消費額が高い傾向があります	2,510 円	とてもクリア
年齢	「30代」の利用者は 20代 の利用者と比べて 観光消費額が高い傾向があります	2,340 円	とてもクリア
	「40代」の利用者は 20代 の利用者と比べて 観光消費額が低い傾向があります	- 1,540 円	曖昧
あなたが普段物を買う際に重視していることを、以下の選択肢から選んでください。			
消費価値観	「価格」を重視する利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が低い傾向があります	- 540 円	とても曖昧
	「ブランド」を重視する利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が高い傾向があります	1,350 円	とてもクリア
	「環境に優しいかどうか」を重視する利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が低い傾向があります	- 1,050 円	とても曖昧
余暇を楽しむための旅行に求めていると感じるものを、以下の選択肢から選んでください。			
消費者インサイト	「家族との絆が深まること」と感じている利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が高い傾向があります	1,300 円	とてもクリア
	「日々のストレスを発散すること」と感じている利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が低い傾向があります	- 530 円	クリア
	「価値観が広がること」と感じている利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が低い傾向があります	- 680 円	とても曖昧
「｛観光名所｝」と聞いて思い浮かぶイメージを、以下の選択肢から選んでください。			
ブランドイメージ	「幻想的・神秘的」と連想した利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が高い傾向があります	1,270 円	曖昧
	「家族連れが多い」と連想した利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が高い傾向があります	430 円	クリア
	「交通利便性が悪い」と連想した利用者は そうでない 利用者と比べて 観光消費額が低い傾向があります	- 1,680 円	とてもクリア

アンケート調査・分析 スケジュール

DataVehicle

最短3カ月でレポートの納品が可能です。

		1月				2月				3月			
		1w	2w	3w	4w	1w	2w	3w	4w	1w	2w	3w	4w
調査設計	ヒアリング												
	アンケート設計												
アンケート実施	回収期間												
	予備期間												
レポート作成	集計												
	分析												
	レポート作成												

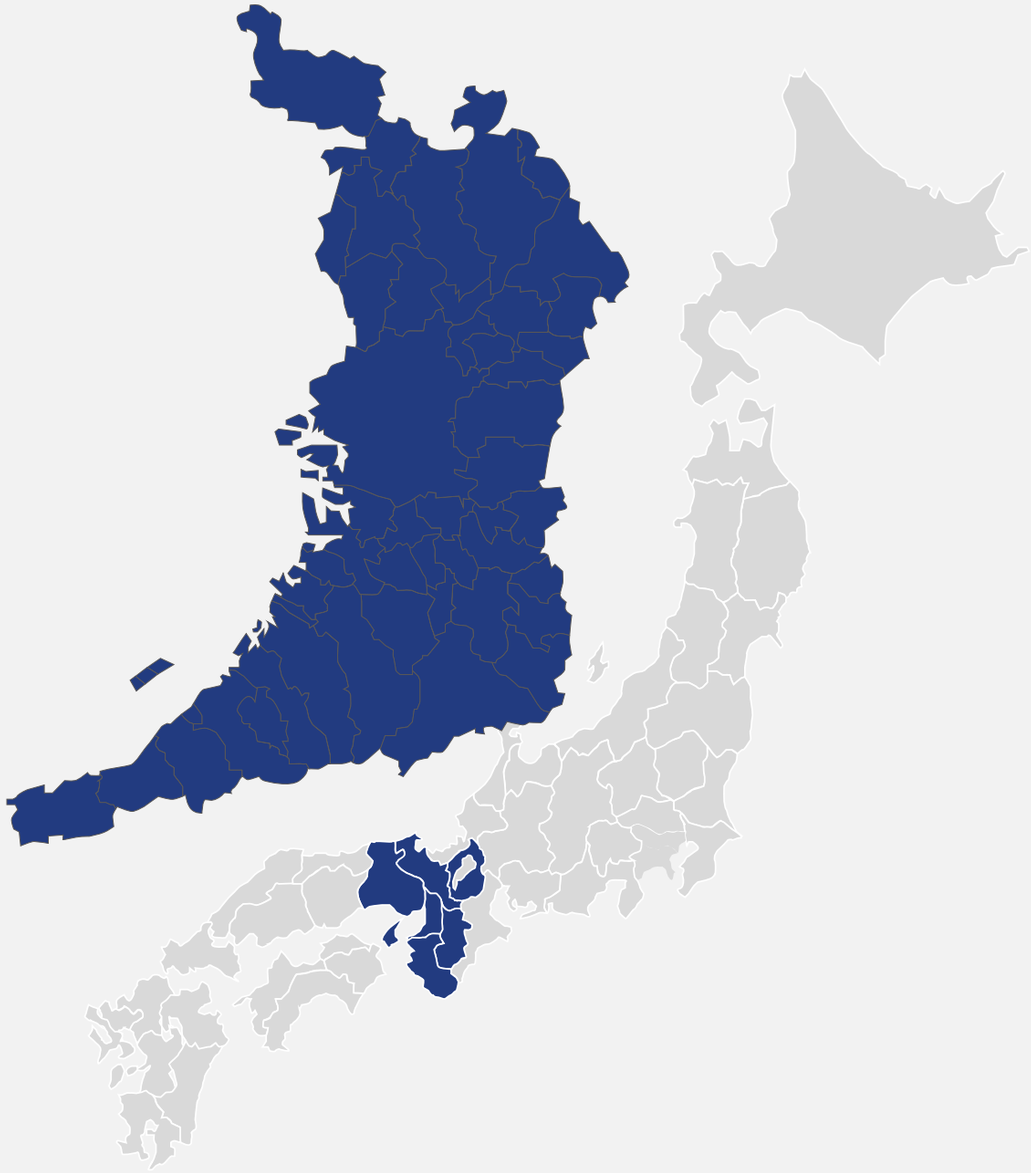
実績事例

公益社団法人 大阪観光局

大阪いらっしゃいキャンペーン2022の実施に伴う
Xxxxxxxxアンケート調査

調査対象地域：箕面市,堺市,泉佐野市…

※自治体での導入実績もあります。



観光以外でも活用が可能

選挙
投票

災害
避難

ワクチン
接種

移住
施策

・・・

そのほか課題に感じているものがございましたら、お気軽にご相談ください。

DataVehicle