観光情報の戦略的発信強化（県観光公式サイト新構築事業）（案）

資料5

現状サイトの特徴と評価

さわやか信州旅.net 県の観光公式サイト（データベースを見せるためのサイト）	
ページビュー数 （H29.4～30.3）	9,841,701
H30推計 （前年からの伸び率）	8,662,399（―12%） H27～29の平均伸び率から推計
編集担当	県観光機構　国内ツーリズム推進部
評　価	× 築40年くらいの建物
コンテンツ	・市町村が入力した観光地データベースを基に、桜、温泉などの特集が組まれている。（温泉名、住所などしか掲載されていない一覧ページでコンテンツの魅力が不十分） ・訴求力がない
伝わっているか	・新規のユーザー獲得の仕組みがない。 ・古いシステム構造のため、ランニングコストをかけても成長が見込めない。

信州ＤＣ公式サイト 信州DC用に制作されたサイト（特集＋県内観光地案内）	
ページビュー数 （H29.4～30.3）	1,176,950
H30推計 （前年からの伸び率）	1,572,405(＋33.6%) H29～H30の平均伸び率から推計(4-7月)
編集担当	観光部観光誘客課
評　価	○ キャンペーン実験サイト
コンテンツ	・特集ページ、モデルコースなど、旅netでは制作できないページを制作（ただし、代理店委託のため高コスト構造でコンテンツ量が不十分） ・体験メニューと宿泊予約の連動を可能にした。
伝わっているか	・特集は見ごたえがあるが、旅.netと同時に運用されたため、ユーザーが分散されてしまった。 ・顧客を分析する仕組みがサイトに備わっていない。（今後公式サイトとしてそのまま運用することは難しい。）

Go！NAGANO インバウンド向けサイト	
ページビュー数 （H29.4～30.3）	1,643,045
H30推計 （前年からの伸び率）	1,682,108（+2.4%） H27～29の平均伸び率から推計
編集担当	県観光機構　インバウンド推進部
評　価	△ 単独の建物
コンテンツ	・外国人目線で選定した観光地の紹介をキラーコンテンツとして掲載。 ・外国人目線で各地の話題スポットをブログ形式で定期的に掲載している。 ・外国人観光客からの問い合わせ多い。
伝わっているか	・アクセスは年々増加し、他県に比べてアクセスが多い。（岐阜県、富山県、三重県より上） ・独立サイトのため、旅netとの連携がなく、コンテンツのユーザービリティが悪く、欲しい情報が検索できない。

サイト統合

［発信力強化に向けた３つの柱］

即時性　現地を熟知したローカルライター等が『旬』な情報を常に掲載・更新

一覧化　観光資源の情報を集約し、圧倒的なブランド力を発揮。魅力的な組み合わせで発信

先端的個別性　テクノロジーを活用し、顧客の閲覧データに基づく一人ひとりの嗜好や関心に寄り添った情報を提供

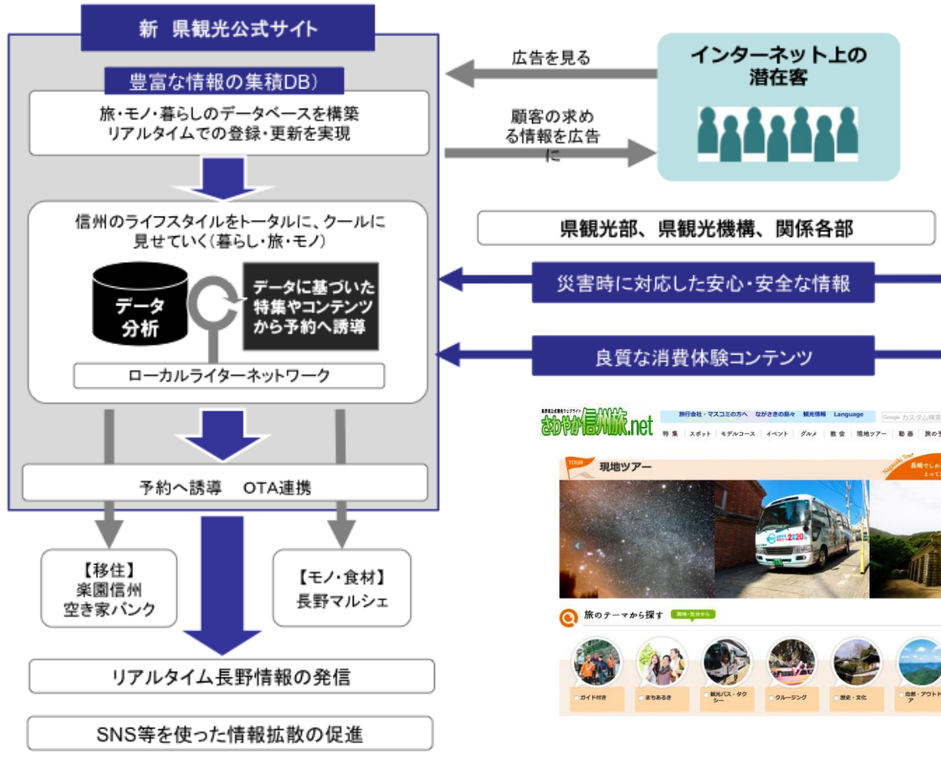
1　期待を裏切らないコンテンツの充実
- 文化、スポーツ、アウトドアなどの情報を顧客一人ひとりの嗜好に合わせて提供
- 災害時対応マニュアルを常駐

2　「観光」の枠を越えた県外ファン向けリアルタイム長野情報の発信
- 県内外の観光客、移住者が興味を持つ情報をリアルタイムで発信

3　サイト内独自イノベーションシステムの導入
- 顧客のサイト閲覧動向分析により閲覧から予約に結び付ける。

4　ローカルライターネットワークの構築
- 県内各地の現地在住ライターや外国人ライターと契約

新サイトの構築後のイメージ



スケジュール（案）

2019～20年の世界的スポーツビッグイベントへ照準を合わせる！

	H30年度	H31年度	2020年度
信州DC公式サイト	継続運用	2019年9月 ラグビーワールドカップ	2020年7月 東京オリンピック・パラリンピック
さわやか信州旅．Net Go！Nagano	継続運用	2019年９月サイトオープン → リニューアルサイト	
Web戦略の策定（H30補正）	H30.11～H31.3 戦略策定実施		
Webサイト制作（H31当初）		H31.4～H31.9 サイト構築 コンテンツ制作	