

京都市観光協会(DMO KYOTO)

# 観光事業者向け オンライン研修

## デジタル活用支援講座

ゼロからはじめる観光事業者向けデジタル活用セミナー

講師：株式会社ディアライブ 代表取締役/CEO 今西 建太氏

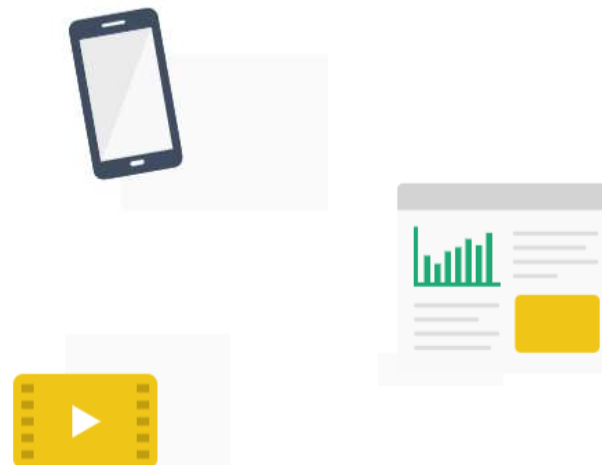
## || 本セミナーのゴール

### ● 主な対象者

- ・ コロナ渦でデジタルの必要性を感じたが、何から手をつければ良いか分からない方
- ・ デジタルを活用するメリットや、どんな活用方法があるかの基礎を知りたい方

### ● ゴール

- ・ デジタル活用の全体像を把握する
- ・ デジタル活用の第一歩を踏み出してもらう



## || 本セミナーの流れ

1. デジタルとインターネット

2. デジタル施策の特徴

3. 目的別デジタル施策活用例

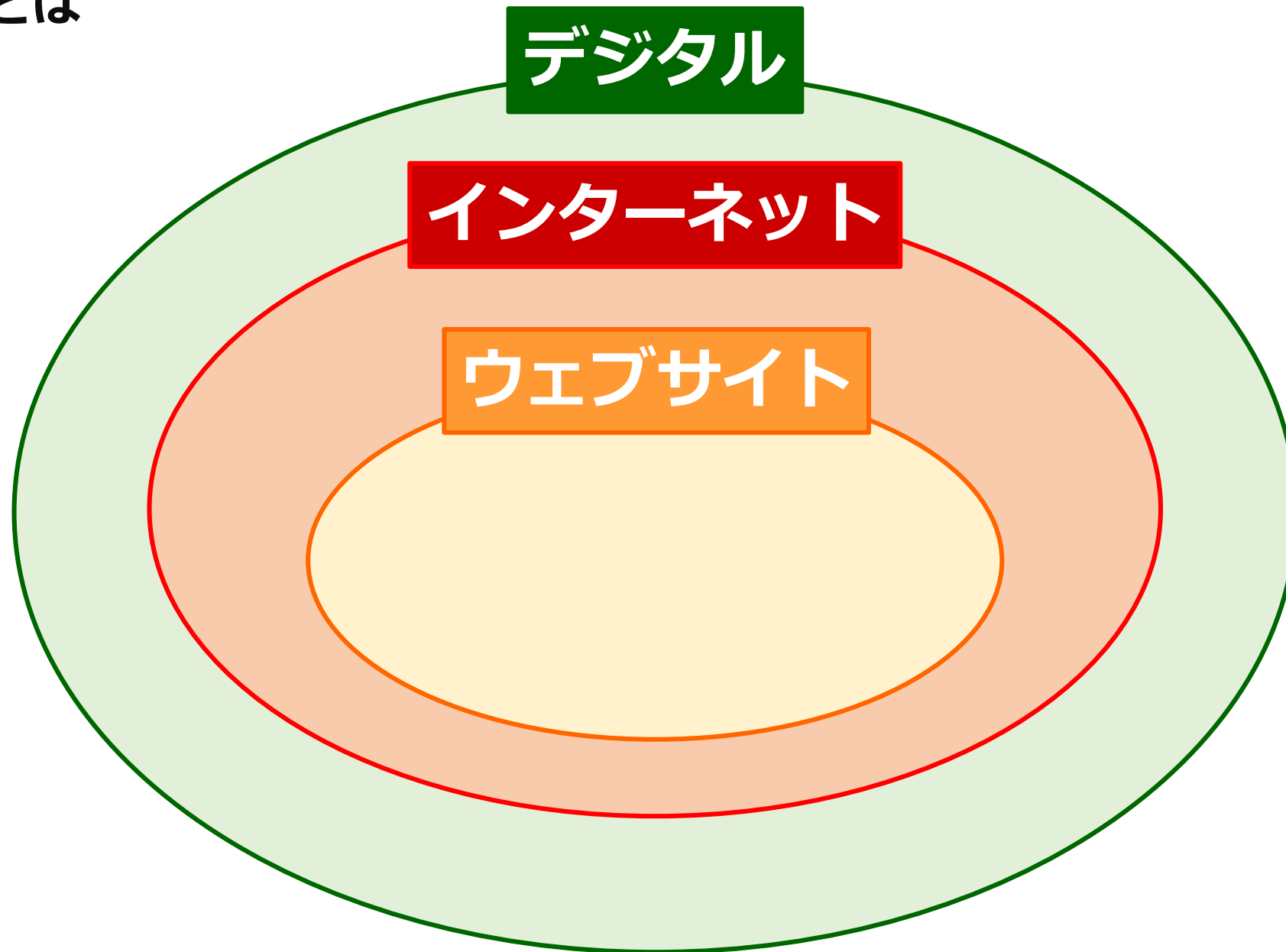
4. 最後に ～デジタルを活用した情報発信の心構え～



# || 1. デジタルとインターネット



## || デジタルとは



## || デジタルのものとは



# || インターネットを利用するものとは

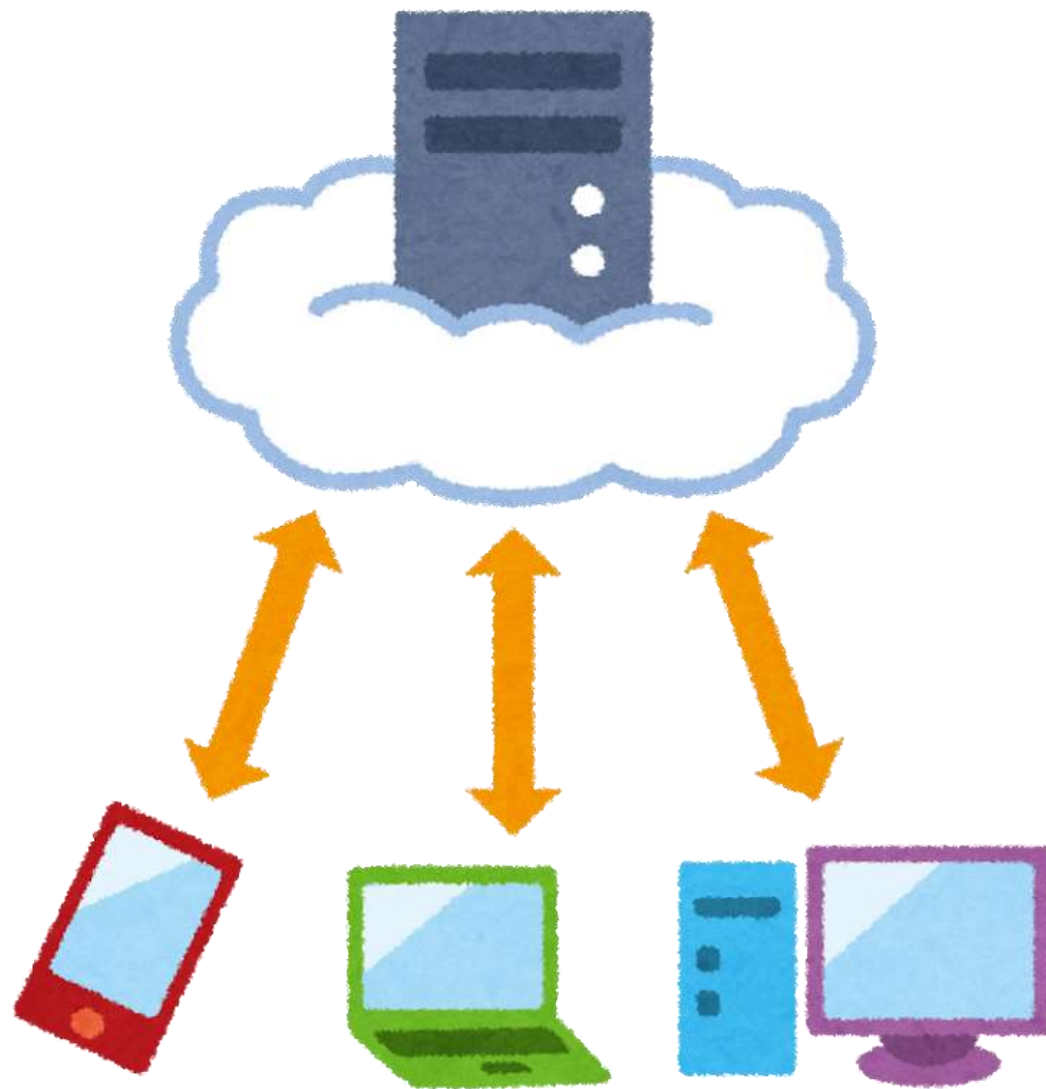


# スマートフォンの台頭



そもそも、インターネットは  
どうやってつながっているの？







インターネットは  
空にある . . . ?





# The internet's undersea world

The vast majority of the world's communications are not carried by satellites but an altogether older technology: cables under the earth's oceans. As a ship accidentally wipes out Asia's net access, this map shows how we rely on collections of wires of less than 10cm diameter to link us all together

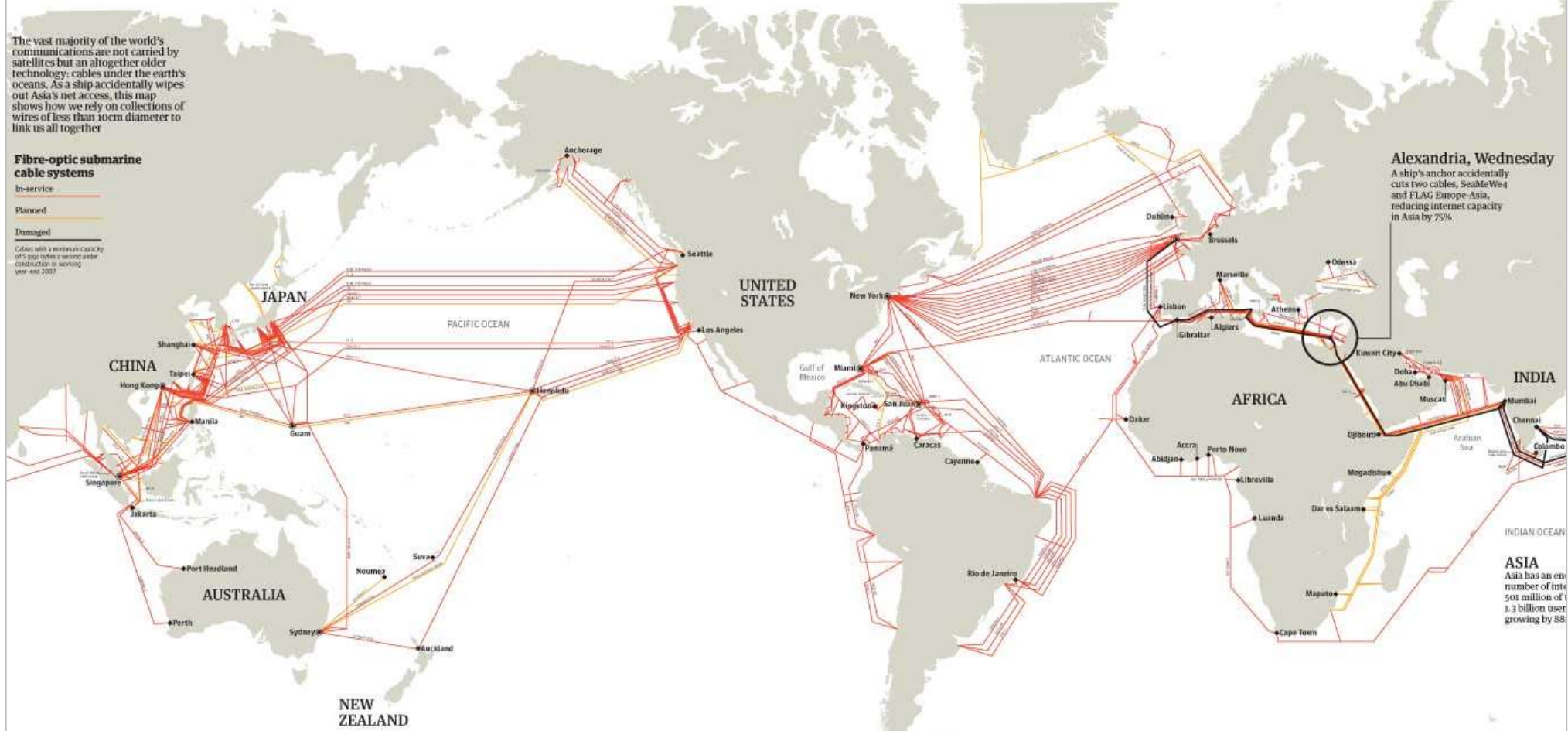
## Fibre-optic submarine cable systems

In-service

Planned

Damaged

Cables with a reserve capacity of 5 giga bytes a second under construction or working year-end 2007



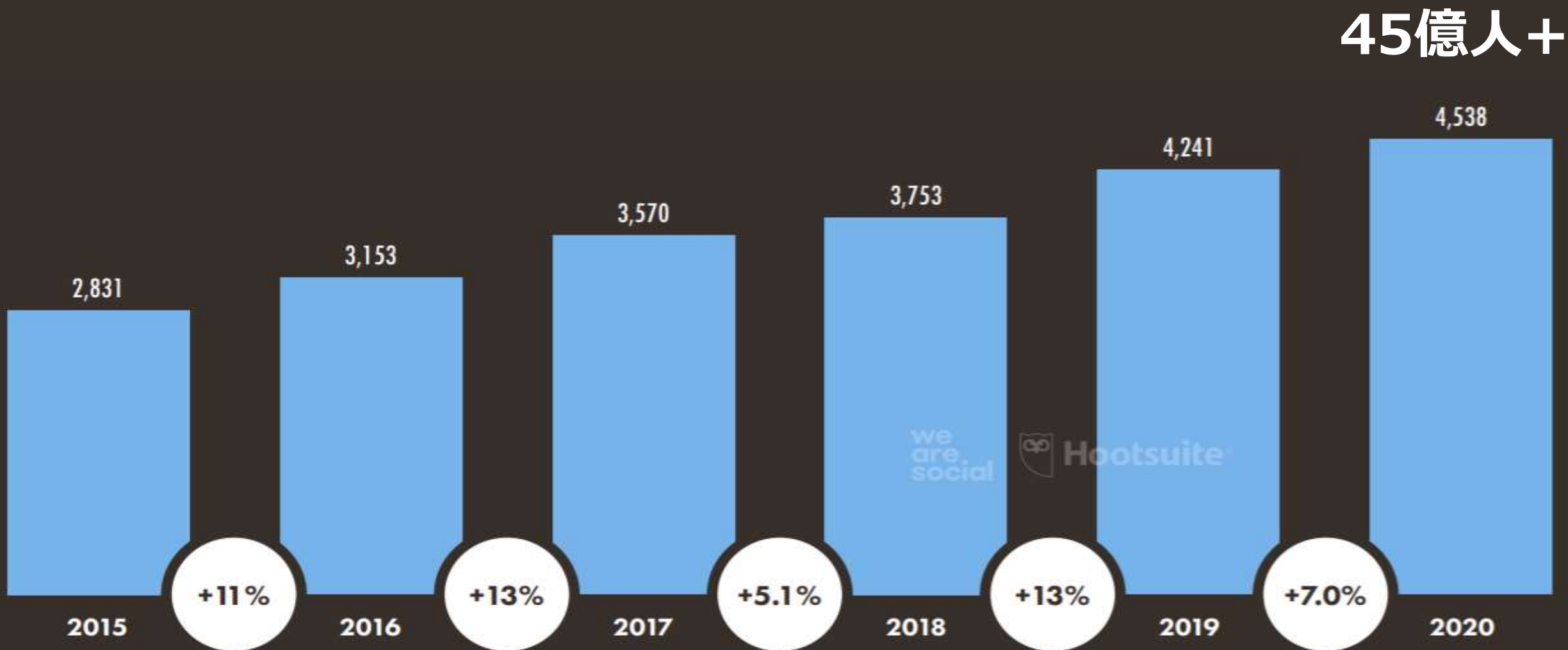
### Alexandria, Wednesday

A ship's anchor accidentally cuts two cables, SeaMeWe3 and FLAG Europe-Asia, reducing internet capacity in Asia by 75%.

ASIA  
Asia has an estimated number of more than 500 million of 1.3 billion user growing by 88%

世界は海底ケーブルでつながっている

## 世界のインターネット利用動向 - インターネットユーザー数



45億人+

4,538

2,831

3,153

3,570

3,753

4,241

+11%

+13%

+5.1%

+13%

+7.0%

2015

2016

2017

2018

2019

2020

we  
are  
social

Hootsuite

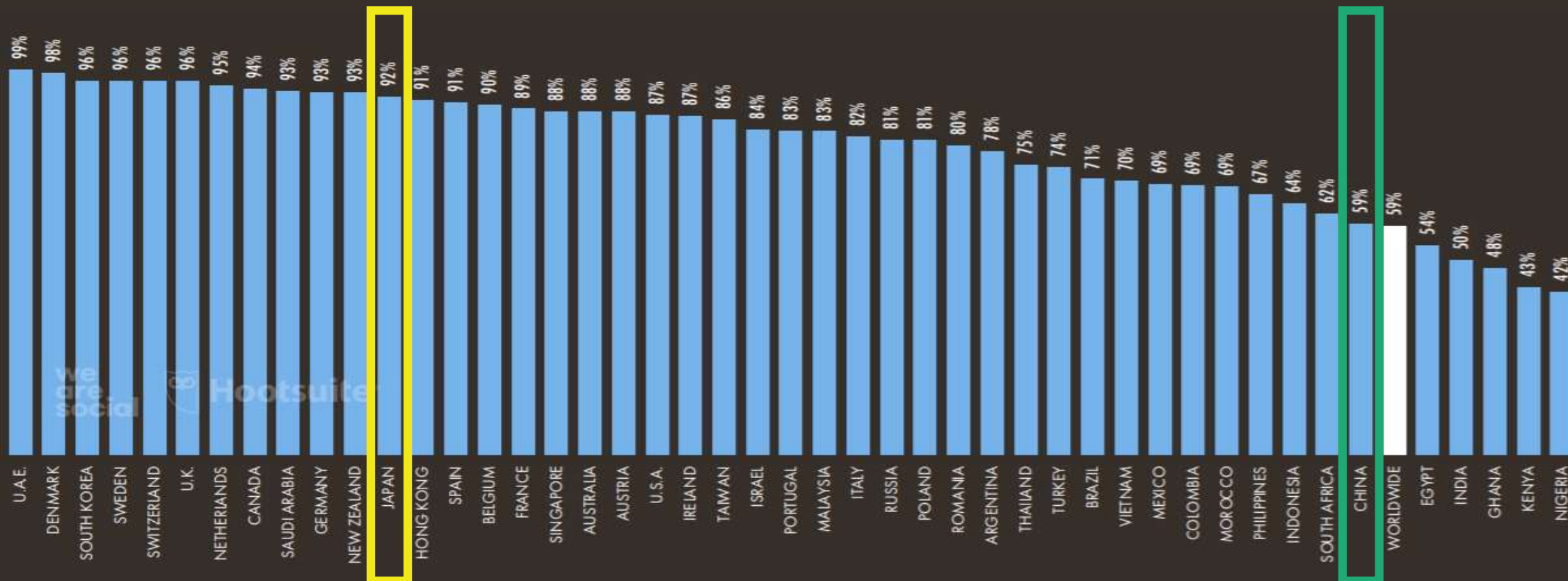
# 世界のインターネット利用動向 - インターネット普及率



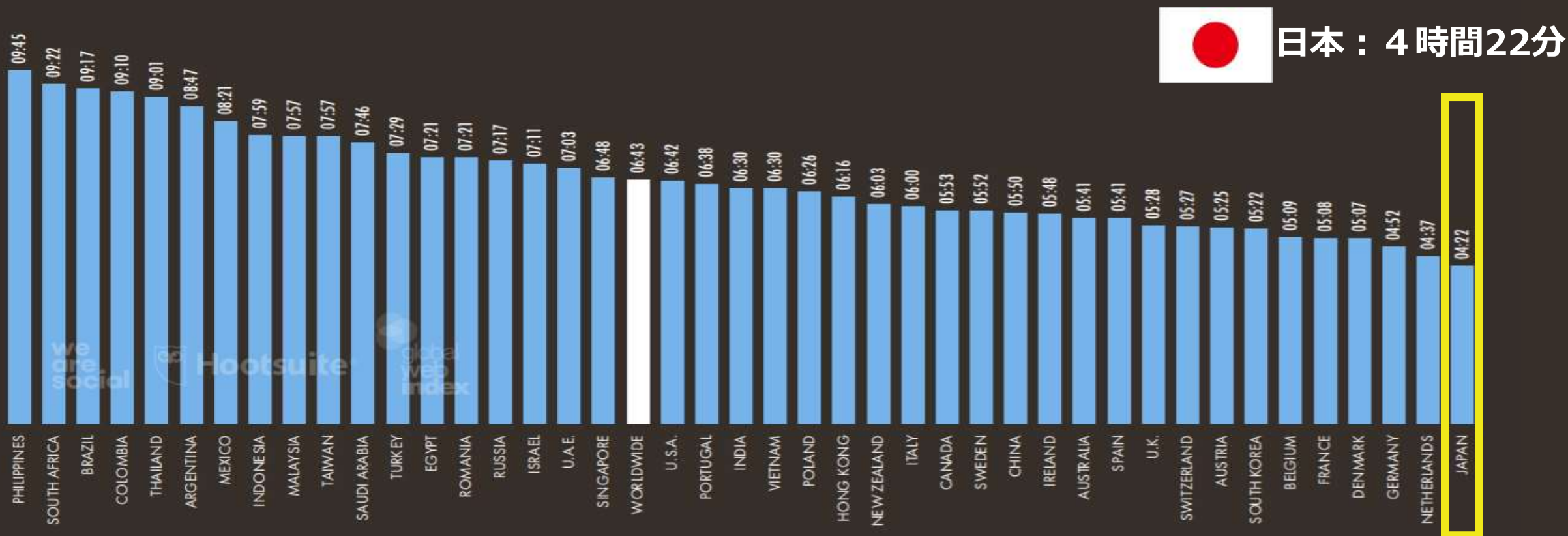
日本 : 92%



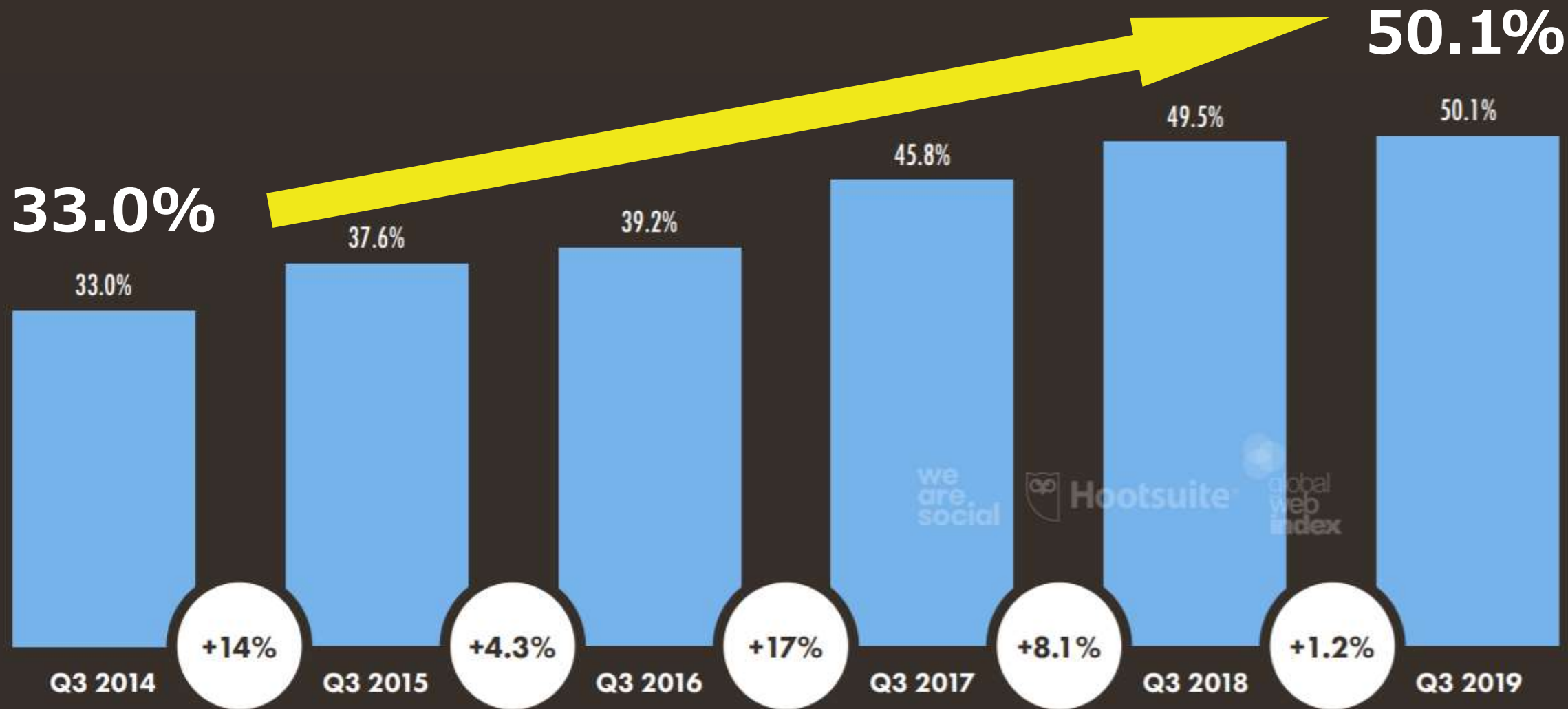
中国 : 59%



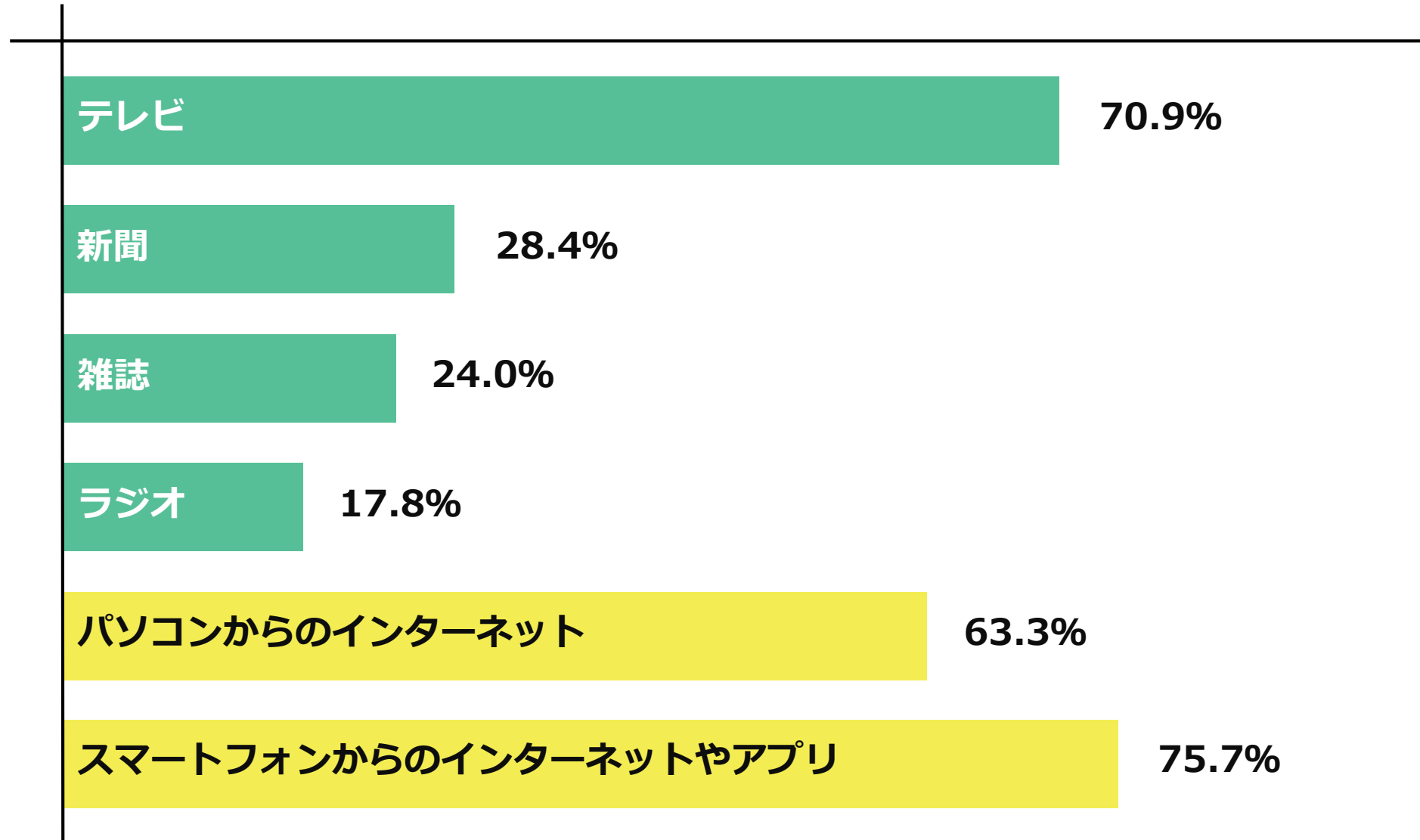
# 世界のインターネット利用動向 - 1日のインターネット利用時間



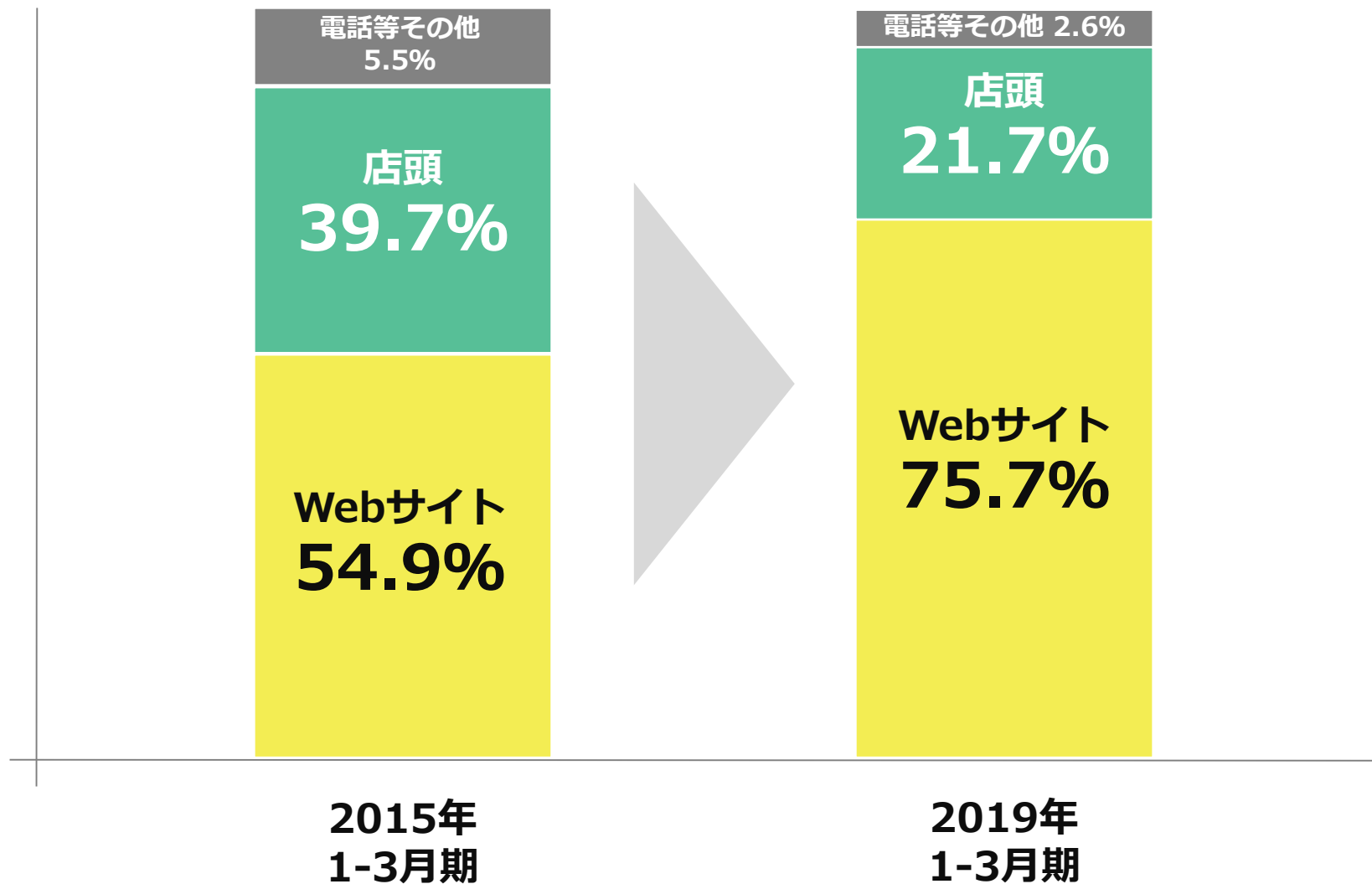
## 世界のインターネット利用動向 – モバイルからの利用時間割合



## || 日本 - 情報収集に使うメディア



## 訪日外国人 – 旅行申込方法



## || 2. デジタル施策の特徴



## || デジタル施策の特徴



1. 無料または低価格から、はじめることができる

2. スピーディーに、はじめることができる



3. 距離を超えて、対応することができる



# || 無料または低価格から、はじめることができる

## LINE 公式アカウント

	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定費	無料	5,000円	15,000円
無料メッセージ通数	1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ料金	不可	5円	~3円 ※詳細は <a href="#">こちら</a> よりご確認ください。



**登録料**  
**月額料金**  
**年間料金**

**すべて無料**

➔

- ¥ **商品が売れた時**
  - ・BASEかんたん決済手数料
  - ・サービス利用料
- ¥ **売上金入金時**
  - ・振込申請時の手数料、事務手数料

# || スピーディーに、はじめることができる

Google マイビジネス



The screenshot shows the Google My Business profile for DAY ALIVE Inc. It includes a photo of the interior office space, a map showing the location, and a photo of the exterior building. Below the photos are buttons for '写真を表示' (Show photos) and '外観を見る' (View exterior). The company name 'DAY ALIVE Inc.' is prominently displayed, along with the logo 'dayaliue'. There are buttons for 'ウェブサイト' (Website), '経路案内' (Directions), and '★ 保存済み' (Saved). The business description is '京都市のインターネット マーケティング業'. The address is '〒600-8106 京都府京都市下京区醍醐町290 番地 京都 烏丸五条ビル 4階'. The status is '時間: 営業中 · 営業終了: 19:00'. The phone number is '電話: 075-754-8873'. There are links for 'ビジネス情報を編集' (Edit business information), '不足している情報を追加' (Add missing information), and '予約リンクを追加' (Add booking link).

Google フォーム



The screenshot shows a Google Form titled 'SURGE デモユーザー向けアンケート'. The form includes a title, a description of the survey, and several questions. The first question is '氏名' (Name), which is a required field. The second question is '所属先・勤務先' (Affiliation/Workplace), also a required field. The third question is 'SURGEを、所属する組織や知人に薦める可能性は、どのくらいありますか?' (How likely are you to recommend SURGE to your organization or acquaintances?). This question has a rating scale from 0 to 10, with '全くない' (None) at 0 and '非常にある' (Very high) at 10. The fourth question is '「学べるコンテンツ」の内容に関して、満足度はどの程度ありますか? (機能や操作性は除く)' (Regarding the content of 'Learnable Content', how satisfied are you? (excluding functionality and operability)). This question also has a rating scale from 0 to 10, with '全く満足していない' (Not satisfied at all) at 0 and '非常に満足している' (Very satisfied) at 10.

# || 距離を超えて、対応することができる

zoom



FACEBOOK for Business

オーディエンス  
広告を配信するターゲットを設定してください。詳しくはこちら。

**新規作成** 保存済みのオーディエンスを使用 ▼

カスタムオーディエンス ⓘ カスタムオーディエンスまたは類似オーディエンスを追加

次を除外する: 新規作成 ▼

地域 ⓘ この地域のすべての人 ▼

米国

📍 米国

📍 次を含める: ▼ | 地域名を入力してさらに追加 参照

地域を一括で追加

年齢 ⓘ 18 ▼ - 30 ▼

性別 ⓘ **すべて** 男性 女性

言語 ⓘ 言語を入力...

## || デジタル施策の特徴



1. 無料または低価格から、はじめることができる
2. スピーディーに、はじめることができる
3. 距離を超えて、対応することができる





いろいろできるのは分かったけど

何をどう取り組んだらいいの？

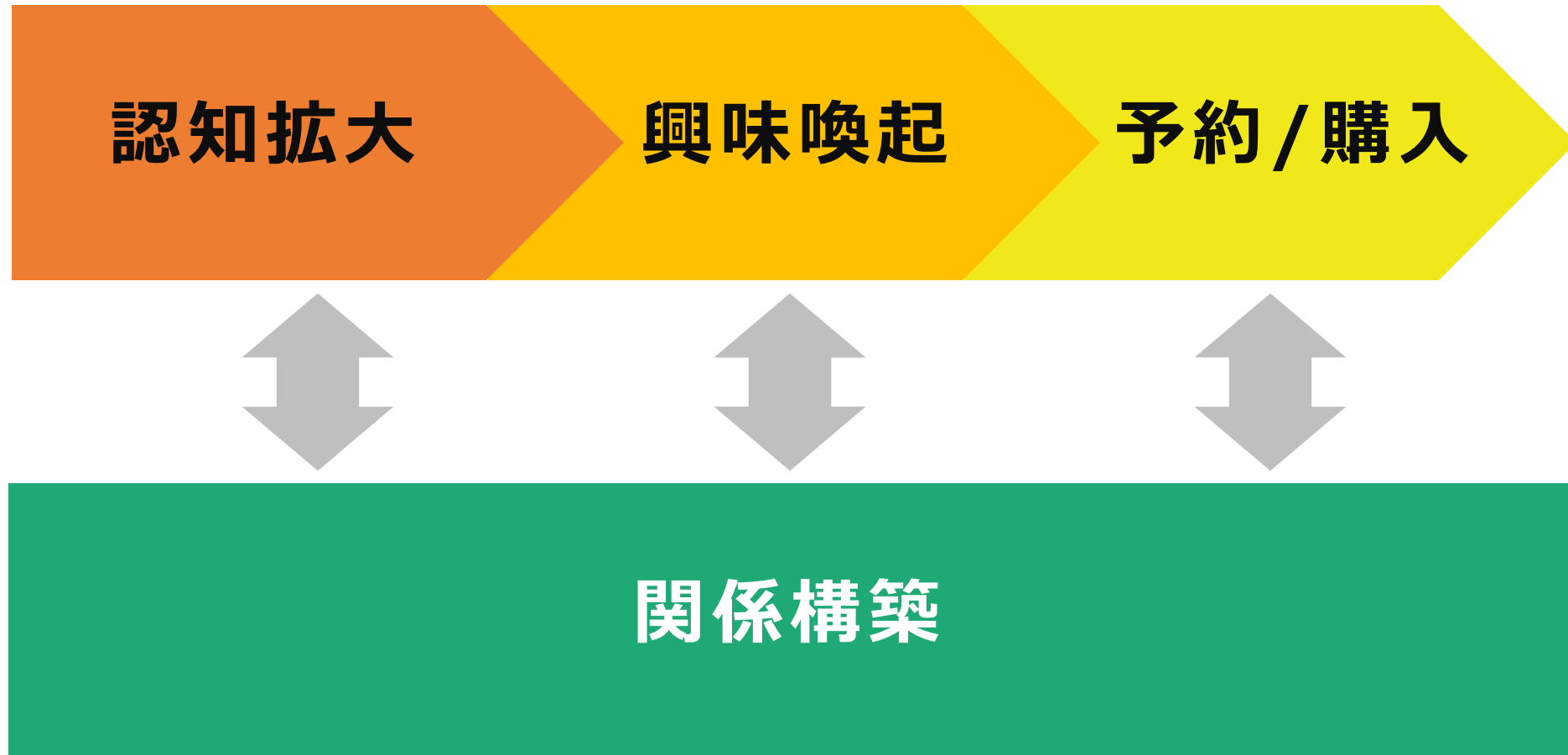


目的ごとに施策を選択する

## || 3. 目的別デジタル施策活用例



## || 目的とは



認知拡大

興味喚起

予約 / 購入



関係構築



広告

その他

ディスプレイ広告



Google マイビジネス

SNS広告

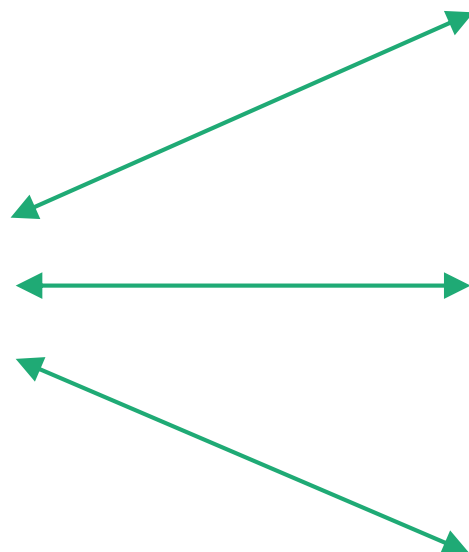


Instagram

動画広告



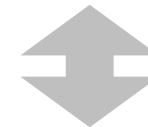
PR TIMES



認知拡大

興味喚起

予約 / 購入



関係構築

## 情報（コンテンツ）の3分類

1. ストック情報

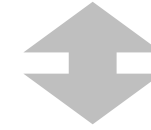
2. フロー情報

3. 編集コンテンツ

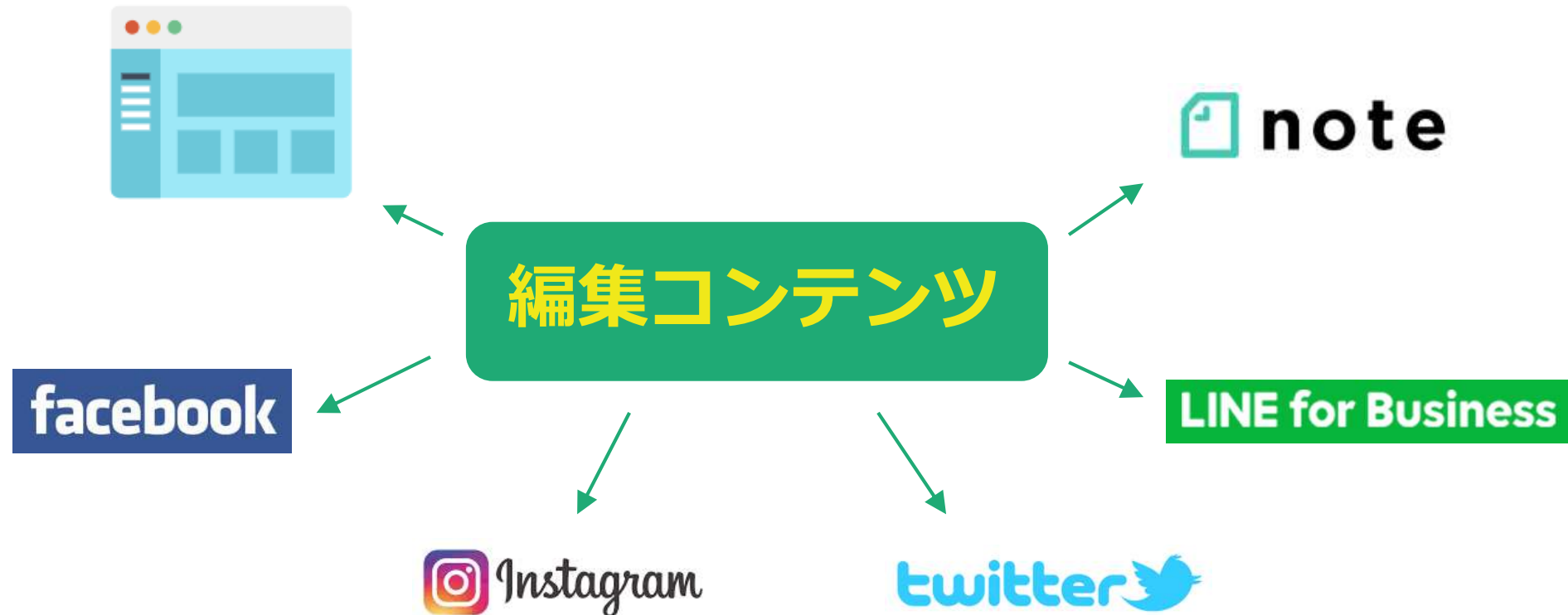
認知拡大

興味喚起

予約 / 購入



関係構築



認知拡大

興味喚起

予約 / 購入



関係構築

自社サイト

ECサイト



予約サイト



OTA・予約サービス



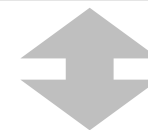
決済サービス



認知拡大

興味喚起

予約 / 購入



関係構築



LINE for Business

note

facebook

Instagram

twitter

## || 何から手をつける？

	認知拡大	興味喚起	予約/購入	関係構築	一般的なコスト
広告	○				有料 (安価で使えるものも多い)
Google My Business	△		△		基本的には無料
SNS	△	○		○	無料でも始められる
自社ウェブサイト	△	○	○		有料 (初期費用が有る程度必要)
OTA予約サービス	△		○		手数料が継続的にかかる



Google マイビジネス



Expedia



## || 4. 最後に



## || デジタルを活用した情報発信の心構え

1. 何を使うかより何を伝えるか

2. トライ&エラーを繰り返す

3. ルールを決めて習慣化する

