

世界の成功事例から学ぶ 最高の顧客体験のつくり方
『観光・リゾート地に必要な顧客体験とは』
 ～地域マネジメント:マーケティング&ブランディング～

山田 桂一郎

JTIC.SWISS代表 (Swiss Alps Consulting GmbH)

スイス・ツェルマット観光局 クラン・モンタナ観光局 ヴェルビエ観光局 ヴァレー州観光局 元日本市場プロモーション担当
 観光カリスマ百選(内閣府、国土交通省、農林水産省認定)

総務省地域力創造アドバイザー 内閣府地域活性化伝道師

内閣府クールジャパンプロデューサー 環境省環境カウンセラー

地域活性化センター シニアフェロー まちづくり観光研究所主席研究員

日本サステナブルツーリズムイニシアティブ理事 日本エコツーリズム協会運営役員

和歌山大学政策研究アドバイザー&南紀熊野サテライト客員教授

奈良県立大学客員教授 自治大学校観光政策論講師 国土交通大学講師

日本スノースポーツ&リゾート協議会参与 につぼん炊き込みごはん協会代表・・・

1

参考として・・・

- ①新潮社「観光立国の正体」約2万5千部
- ②日経新聞「やさしい経済学」連載終了(WEB版で読めます)!
- ③NEWSPICKS ソーシャル 型オンライン経済 メディア、ニュースサイト



藻谷 浩介 / 山田 桂一郎
 観光立国の正体 (新潮新書)



ベストセラー1位



●地元のプロソノビを一冊せよ
 ●「おもてなし」を押しつけるな
 ●リピーターの獲得を目指せ
**地方から日本を
 再生させる処方箋**
 新潮社

2016年11月17日 発売! 重版出来御礼!
 お陰様で8年以上も売れ続けています。



2

NHKラジオ第一 マイあさ!

毎週月曜～日曜 午前6:40 / FM 毎週月曜～日曜 午前8:40

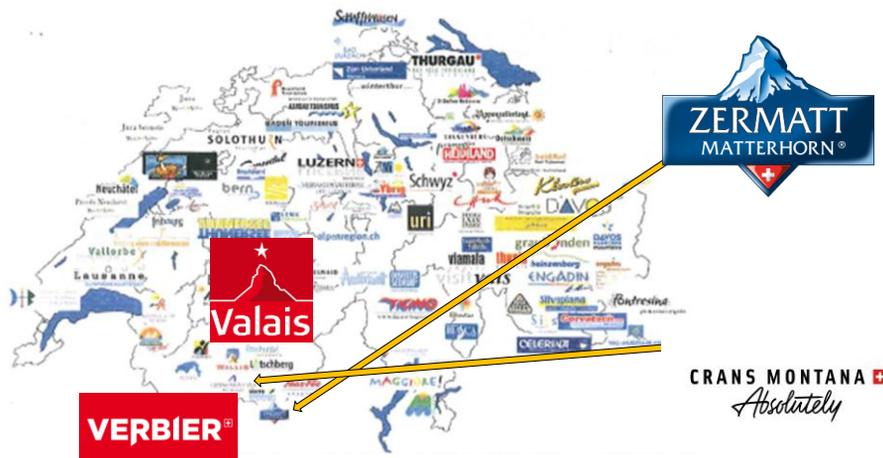


- 「マイBiz」コーナー
- 木曜日不定期レギュラーで解説してます!
- AM6:40頃から生放送（ラジオ体操直後）
- 聴き逃し配信アリ

3

スイスのDMO法人等での経験・実績

ツェルマット観光局 ヴァリス州政府観光局
ヴェルビエ観光局 クラン・モンタナ観光局



最先端のリゾートマネジメント
マーケティング&ブランディング

4

顧客体験

- 何故、顧客体験の向上が必要なのか？
- そして、皆様が求める成果とは？
- 知名度・認知度？
集客数・誘客数？売上・利益？
リピート率・リピーター率？
地域経済の活性化？

5

顧客体験の向上により・・・

- ◎ 狙いたいのは、LTV (LifeTimeValue)
- CS (Customer Satisfaction : 顧客満足度)
- CL (Customer Loyalty : 顧客ロイヤルティ)
- ※ 観光・リゾート地のGDP・生産性の向上と
地域の自立・持続可能性が高まる！

6

ツェルマットにおける最高の顧客体験で、 CSとCLを向上させているもの・・・



7

D M O

デスティネーション
※ダイレクト

マネジメント
※マーケティング

オーガナイゼーション
※体制&組織

- ・地域ブランドをダイレクトマーケティングする地域全体でのしゅみのこと
- ※地域CRM構築と活用！最高の顧客体験を提供する！
- ・そのマーケティングを継続的に進化させ、地域にお金を呼び込み、漏らさず加速させる

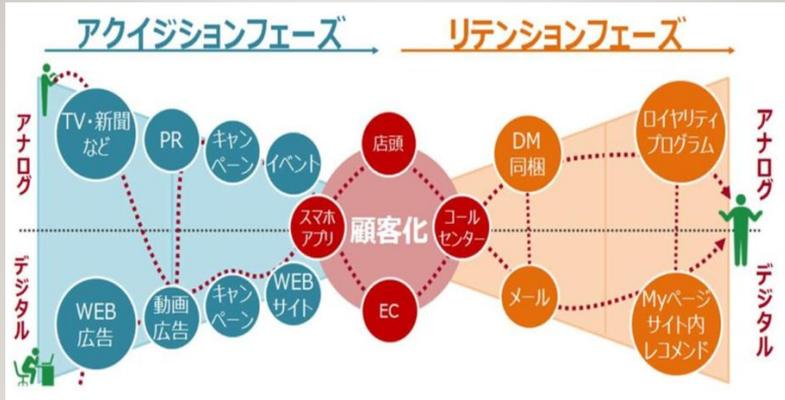
8

8

どちらかだけではない！ 顧客はデジタルとアナログを縦横無尽に行き来する！

「新規顧客の開拓」

「既存の顧客の維持・囲い込み・活用」



9

ツェルマット ロイヤルゲスト表彰

20年、20回を達成したお客様（40年、40回表彰もある）



※ CRMを地域で構築、活用！CLTVを獲得する！

10

「つながり」人口の最大化を狙った地域経営戦略 (スイス・ツェルマツト型のDMO体制構築)

気仙沼DMO

(気仙沼観光推進機構)

(一社) 気仙沼地域戦略

11

気仙沼クルーシップとは？



関係人口の一元化と管理：CRM（観光客、市民、地元出身者など）
を図り、**地元商店の地域消費額を把握し販売促進を行う仕組み**



- 気仙沼Crew Card (クルーカード) とは？
- ・顧客データベースを獲得できる
 - ・顧客の行動履歴を見ることができる
 - ・地域内外でためたポイントで地域消費を拡大できる
→ 1500のECサイトと提携
 - ・ダイレクトマーケティングを実施できる

会員数 約5万5千人
加盟店 134店舗
全て地元事業者



このカードとアプリの会員を新しい定義の『志民』として関係性を構築している。
ただのポイントカード・アプリではない！

12

12

気仙沼のテーマ：海と生きる！

新しい気仙沼に乗り込もう。

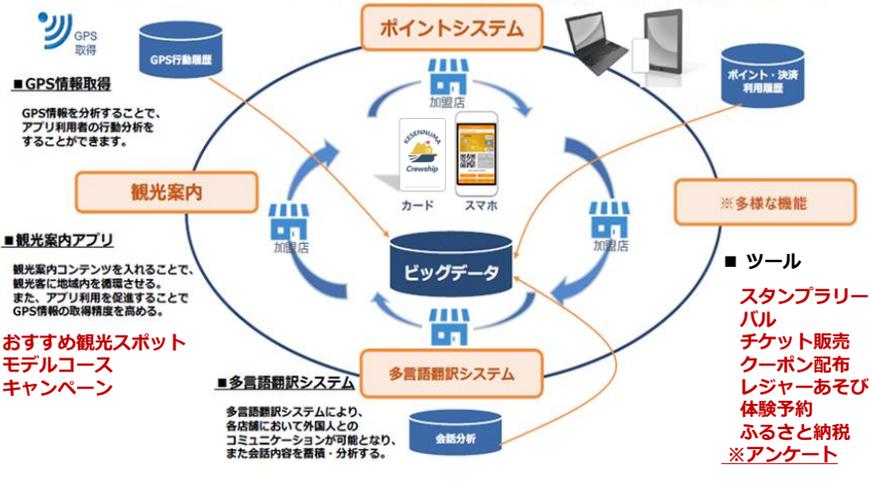


13

13

気仙沼DMOデジタルエリアマーケティング

地方自治体、観光協会、商工会議所、道の駅等での消費動向及び会員（顧客）の行動動態の把握可能にする地域データベースを構築し、様々な「地域活性化マーケティング」を展開する。



顧客体験価値向上 ⇒ CS&CLの向上

14

顧客が「欲しいもの！」を提供する！

・ 気仙沼が最も売りたいモノ！

◎ **フカヒレ！ 関連商品も多い。**

・ 12月の気仙沼に求める目的は・・・

『冬のおいしいグルメ』と『買い物（正月準備やお歳暮）』が多い！

- ・ 具体的に買いたい物産品：**1位 牡蠣**、地酒、スイーツ、ほたて、メカジキ
(ちなみにフカヒレは最下位)
- ・ 具体的に食べたいグルメ：**1位 牡蠣**、寿司、海鮮丼、メカしゃぶ、メカすき、地魚料理、地酒 (ここでもフカヒレは最下位)
- ・ 訪れたいツアー（スポット）：温泉、地酒づくり、気嵐
- ・ 訪れたいツアー商品の時間：3時間パッケージ
- ・ この情報を届けてほしい時期：11月初旬
- ・ 届けてほしい媒体：気仙沼crewship、気仙沼観光ポータル、地域新聞など

※冬は徹底的に「牡蠣」を活かした商品・サービスを売る！

15

マーケティングニーズに沿って地域の事業者と接続して商品開発 気仙沼ならではの顧客体験を提供する！

(飲食店)
クルー限定メニューの開発※一部抜粋

<p>【クルー限定】 カキフライカレー</p>  <p>【期間】 12月1日(土)～12月31日(月) ※お肉はホタテとアサリをメインに提供いたします！ 1,200円(税込)</p>	<p>【クルー限定】 三陸鯛と旬の産物らちらしのセット！</p>  <p>【期間】 12月1日(土)～12月31日(月)</p>	<p>【クルー限定】 帆立のほっこりグラタン</p>  <p>【期間】 12月1日(土)～12月31日(月) ※お肉は三陸産の新鮮な帆立に使用し、帆立の旨みに合うソースで仕上げます。</p>	<p>【クルー限定】 旬のカキとクレソンの鍋</p>  <p>【期間】 12月1日(土)～12月31日(月) ※お肉は新鮮な三陸産の帆立を使用し、お肉の旨味を引き出す調味料を使用しています。 →4,800円(税込) ※お肉は当日在庫限りです。</p>
<p>【クルー限定】 気仙沼産の特産品コロッケ1巻の海鮮カレー</p>  <p>【期間】 12月1日(土)～12月31日(月) ※新鮮な気仙沼産の特産品を使用したカレーです。アサリ、ホタテ、イセエビなどの新鮮な食材を使用し、お肉は三陸産の新鮮な肉を使用しています。 3,000円(税込) ※お肉は当日在庫限りです。</p>	<p>【クルー限定】 海鮮の旬の産物らちらしのセット！</p>  <p>【期間】 12月1日(土)～12月31日(月) ※新鮮な気仙沼産の特産品を使用したセットです。お肉は三陸産の新鮮な肉を使用し、お肉の旨味を引き出す調味料を使用しています。 2,500円(税込)</p>	<p>【クルー限定】 大好評！フカヒレのフルコース！</p>  <p>【期間】 12月1日(土)～12月31日(月) コースメニューの500円と旬の地産物を使用したフルコースです。お肉は三陸産の新鮮な肉を使用し、お肉の旨味を引き出す調味料を使用しています。 2,500円(税込)</p>	<p>【クルー限定】 BOCHACCO! iced tea-チョコレート</p>  <p>【期間】 12月1日(土)～12月31日(月) ※、北に、お肉は新鮮な肉を使用し、お肉の旨味を引き出す調味料を使用しています。 480円(税込)</p>

16

16

優良会員限定のプレミアム体験



利用回数、利用金額の多い会員、約500人を抽出し、クローズドで案内。

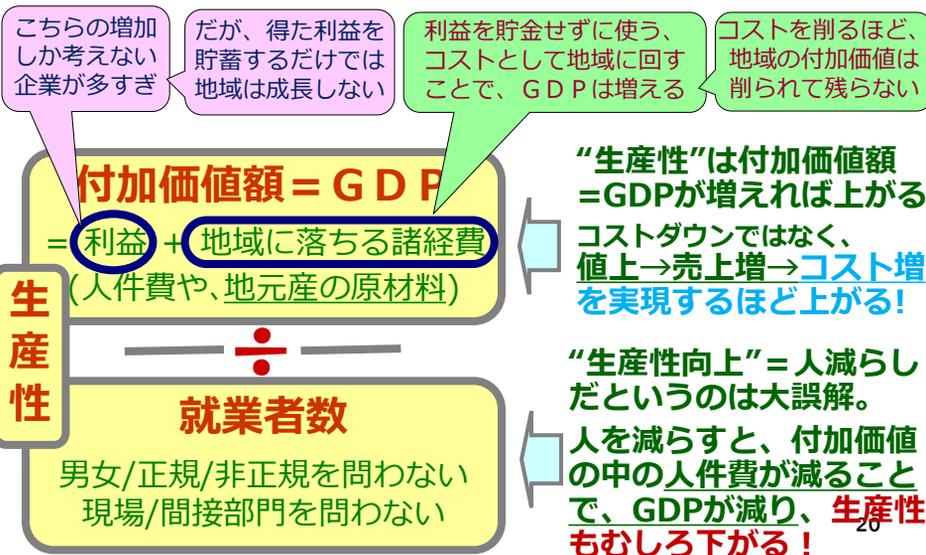


19

19

GDP = “地域に残る価値”

“価値”残る地域は、経済が成長する



20