

観光デジタルマーケティングの体制強化

項目	内容
観光統計データサイト TOYTOS（トイトス） 開設	県庁内に蓄積する観光関連データを可視化し、オープンデータとして提供
CMO（観光マーケティング責任者）の配置	とやま観光推進機構の「観光地経営」の視点による観光地域づくり推進体制強化
webマーケティング強化	紙媒体からデジタルにシフトし、webマーケティング強化

観光統計データサイト

「TOYTOS (トイトス)」の開設



富山で休もう。ツーリズム統計基盤
T0yama-de Yasumo T0urism Statistics



「TOYTOS (トイトス)」の開設

蓄積する観光関連データを可視化し
オープンデータとして提供

⇒観光マーケティングに活用可能に

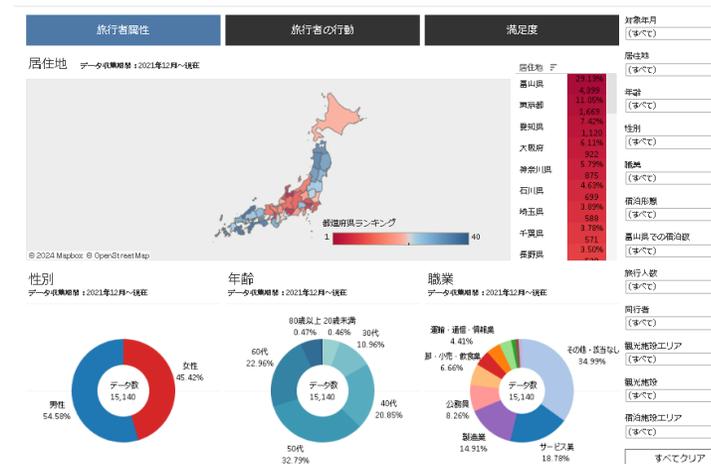
【掲載データ】

① 「とやま観光ナビ」 アクセスデータ

② 富山県旅行者データ 等

→富山県観光ウェブアンケートデータ

- ・（公社）とやま観光推進機構と県立大学の共同研究（H28～）
- ・現在、県内観光地61箇所、宿泊施設176箇所で開催中



観光マーケティング責任者（CMO）の配置



地域の「稼ぐ力」を引き出す「観光地経営」の
視点による観光地域づくりを推進するため、

公益社団法人とやま観光推進機構に

CMO（チーフ・マーケティング・オフィサー）を配置

吉田 秀政 氏

（現 国立大学法人徳島大学 人と地域共創センター准教授）

【業務内容】

観光地域づくり、データに基づく戦略策定など、
富山県の観光振興をマーケティングの面から牽引

「とやま観光ナビ」中心のデジタルによる 情報発信に本格シフト

① 「webマーケティング担当者」を配置



市町村と一体となった
「とやま観光ナビ」の戦略的な運用