

「楽しい国 日本」の実現に向けて

アソビュー株式会社

代表取締役社長

山野智久

日本最大級の遊び・体験マッチングサービス「asoview!」

日本全国 640ジャンル 19,000プラン



レジヤ-事業者向け 予約マネジメントシステム 「satsuki」「チケットマネージャ-」

5,000施設が利用中



全国の遊び・体験例



業界が抱える4つの課題

<体験事業者>

① Web集客

- インターネット、スマホ対応した集客の仕方がわからない

② 人材不足

- 人手が不足しているが採用できない
- そもそも追加人件費が捻出できない

③ インバウンド対応

- 何から手を付けていいかわからない
- 商品造成や受け入れ体制の整え方がわからない

<自治体・DMO>

④ デジタルマーケティング

- デジタルマーケティングがわからない

課題① : Web集客

ソリューション : 各社HP無料開設による集客強化

asoview!掲載により観光客への認知が広がり、集客数が増加

■ ガラス細工体験事業者の事例

- 以前は**チラシを配るなどの宣伝活動**を行っていました。
- asoview!への掲載後、**東京観光に来たお客様からいくつもの事前のお申し込み**があり、集客増につながりました。
- お客様にとっても、**観光プランを決めている中でネットで事前予約ができるのはお客様自身の安心感**につながりました。

課題② : 人材不足

ソリューション : ICT活用による生産性の向上①

asoview!掲載及び予約システム導入により、集客増とともに予約対応工数を削減

■ カヤック体験事業者の事例

- ツアーガイドからお客様への予約対応までをすべて一人で行っているため、予約管理が大変でしたが、アソビューの予約システムを導入することで、1日あたりの**予約対応が1~2時間削減**。
- また、以前はツアー中に入った予約に対する電話応対や翌日のツアー準備をしていると、あっという間に23時になっていましたが、**_asoview!のおかげで21時頃にはすべての事務作業が終わり、夜ご飯も早く食べれるようになりました**。
- 全体の予約数は増えて、電話での予約数が半分以下になりました。ネットの時代とは言われてますが、ここまで効果が出るとは思っていませんでした。**手間が減って、予約数は増えたので非常にありがたいです**。

課題② : 人材不足

ソリューション : ICT活用による生産性の向上②

asoview!ペーパーレスチケット導入により、入場受付と販売集計を効率化

■レジャー施設事業者の事例

- 従来、チケット販売所の混雑を緩和するためには、販売スタッフの採用と列整列係の採用が必要でした。**しかし、有効求人倍率の高まりなどアルバイトが採用しづらくなっていました。**
- 人材不足、混雑緩和を目的にasoview!導入。事前決済によるWEB上での販売と、入場ゲートでお客様にasoview!を案内し、その場で購入頂くことにより**お客様も並ばずに入場**することができ好評を得ています。
- 毎日紙チケットの集計を10人がかりで行っていましたが、電子チケットによって管理画面でカウントするため**数分で集計する事ができ、業務の工数を大幅に削減できました。**

課題③ : インバウンド対応

ソリューション : 受け入れ体制に対するワークショップ

ワークショップにより受け入れ体制整備。同時に英語版商品ページ作成支援

■ A市体験観光事業者の事例

- 時折訪日外国人がいらっしゃるため、**体制があるわけではなかったが受け入れていた。**
- 語学力含む接客など、どう受け入れ対応をすれば良いかよく分からなかったが、**アソビューのマニュアルによって体制が整った。**

■ B市体験観光事業者の事例

- 訪日外国人対応はDMOなどの支援があり、力を入れて行こうと考えていたが、**適切なプライシング**など商品を造成する上でのポイントが分からなかった。また、過去に、機材を壊されたことなどもあり、**リスク管理に関する情報を求めていた**ところ、アソビューによるワークショップでそれらが明確になった。

課題④ : デジタルマーケティング

ソリューション : サイト構築及び販売管理システム導入

Webサイトのフルリニューアルと販売管理システム導入による販路整備

■ 某観光協会の事例

- 魅力的な体験商品は多くあるものの、**Webサイトが情報発信にとどまり**、商品が魅力的に伝わっていない状態だった。
- また、**サイト上で予約・販売ができる環境が整っておらず**、購買の機会を逃していた。
- そこでアソビューは、体験がより魅力的に伝わるよう、**サイトのフルリニューアル**を実施。
- さらに、観光商品販売管理システムの「エリアゲート」を導入して販路整備を行った。これにより、観光客は、体験型コンテンツ等を**Web上で直接予約・購入**できるようになった。また、システム導入により、購入者属性や販売情報など多くのデータが取得できるため、**マーケティング分析が可能**になった。

「楽しい国 日本」実現に向けての提言

1

ICT活用における生産性の向上

2

インバウンド受入気運の醸成