観光DX

成果報告書

地域主体による
観光客の下呂市周遊促進と拡大戦略
実証プロジェクト

下呂未来創造プロジェクトコンソーシアム

2023年1月31日

目次

1.地域の目指すあるべき姿
1-1.地域の目指す姿
1-2.中長期的なロードマップ、STEP
2. 地域の申請時の状況
2-1.地域の概要
2-2.これまでの取組や導入したシステム等
3. 地域の課題
3-1.地域の課題と対応方針
3-2.本事業で解決したい課題
4. 事業内容
4-1.事業目標
4-2.実証内容
4-3.事業スケジュール
5. 開発、構築したシステム
5-1.システムの概要
5-2.システムのUI・UX
6. 事業の成果
6-1.事業目標に対する成果
6-2.実証内容に対する成果
6-3.上手くいった点とその要因
6-4.上手くいかなかった点とその要因
7. 事業で得られた成果
7-1.実証結果の分析・評価
7-2.技術やツールを用いて解決した課題
8. 次年度以降の自走に向けて
8-1.次年度の体制
8-2.次年度以降に解決すべき課題
8-3.次年度以降の取組方針

1. 地域の目指すあるべき姿

地域の目指す姿について

- ◆ 下呂温泉エリアを中心とした広域からの新規顧客拡大、さらに、ほかの４エリア（小坂、金山、萩原、馬瀬）内の回遊性を高めて観光地としての魅力度向上を図る。
- ◆ 様々なデータによるマーケティング及び混雑緩和や受入れコントロールが可能なマネジメントに基づく観光消費額の確保により、安定した地域経営を目指す。

中長期的なロードマップ、STEP

Step 0	○デジタルプロモーション ○アプリ、ビックデータ、GPS等データモニタリングによる顧客情報実証
Step 1	○エコツーリズム連携地域コンテンツ開発 ○観光情報プラットフォーム構築　（下呂温泉HP情報窓口一元化）
Step 2	●下呂市観光客の人流把握 ●域内回遊デジタルツール（回遊インセンティブ・ナビゲーション）による市内活性化
Step 3	●宿泊・人流・アプリデータでの顧客行動把握による戦略展開 ●遠方新規客及びリピーター増加
Step 4	○宿泊者100万人復活　（新規客及びリピーター増加） ○混雑緩和と平準化

本事業のスコープ

2. 地域の申請時の状況

地域の概要

エリア	主要観光
下呂	日本三名泉下呂温泉、素肌美人スイーツ、９か所の足湯、合掌村、下呂交流会館、下呂温泉まつり、いでゆ夜市サマーフェスティバル、いでゆ朝市、花火ミュージカル、花火物語、鳳凰座歌舞伎、白雲座歌舞伎、田の神祭り
金山	飛騨金山温泉、金山巨石群、筋骨めぐり　蛍石ハンティングツアー、金山湖カヤック
馬瀬	南飛騨馬瀬川温泉、日本一に輝いた鮎、水辺の館、「日本で最も美しい村連合」加盟の里山風景
萩原	飛騨川温泉、酒蔵めぐり、天領朝市、南ひだ健康道場
小坂	濁河・湯屋・下島温泉、厳立峡、小坂の滝めぐり、御嶽パノラマライン

	2018年	2019年	2020年	2021年
年間宿泊者数	1,080千人	1,037千人	512千人	582千人
地域における観光客の消費額	488億円	441億円	289億円	328億円
リピーター率	48%	55%	73%	83%
来訪者満足度	85%	83%	88%	88%

2. 地域の申請時の状況

これまでの取組や導入したシステム等

導入したシステム/アプリ

① 宿泊データのデジタル化及びプラットフォーム化（部屋数８割取得）2020年～
② ホテル管理システムPMS導入及び宿泊データ分析システム連携：宿泊施設ごと
③ Web予約システム構築（2018）、キャッシュレス導入（2019）、クーポンの電子化（2021）、
デジタルスタンプラリー(2021)
④ 観光情報プラットシステム構築（2020）（下呂温泉情報窓口一元化サイト及び体験HP一元化）
⑤ CRMアプリ「下呂温泉郷公式アプリ」導入（2020）
データを活用した観光客及び地元客の動向調査（2021）
⑥ ウネリー（リアル行動ビックデータ）による人流解析(2021）、
おでかけウォッチャーによる新たなモニタリング分析(2021)

観光客の属性調査事業

① 観光地点調査：2017年10月～2018年１月、2018年７月～2019年１月、2019年７月～2020年１月、
2021年７月～2021年10月
② 体験動画プロモーション実績：2021年夏：７月20日～８月19日、2021年秋：10月11日～11月11日、
2022年冬：２月５日～３月７日
③ GAP調査：2020年３月
④ ターゲット検証調査：2022年１月

3. 地域の課題

地域の課題と対応方針

下呂市は、日本三名泉「下呂温泉」を起点とした各地域への周遊観光による消費の拡大を目指しており、下呂市DMO（平成29年認定）による観光地域づくり推進の中で、戦略的にDXによる効率化を進めているが、未だ潜在する観光資源の認知度が低く、観光消費額の確保による安定した地域経営基盤の確立が困難な状況にある。

この要因を下呂エリア内の全宿泊施設にて収集している宿泊データや交通事業者からの二次交通に対する意見をもとに分析したところ、観光客目線の行動を中心としたサービスや動向調査データの不足に加えて、下呂エリア内への二次交通手段が希薄な状況が浮かび上がっている。また、安定的な地域経営基盤のためには、コロナ以前の年間100万人超の集客が必要であり、新たな観光客やリピーターの拡大及び平準化が求められる。

本事業で解決したい課題

（1）下呂市全域での滞在と周遊

下呂市は、日本三名泉「下呂温泉」を起点とした各地域への周遊観光による消費の拡大を確立しつつあるが、更に周遊促進を図り、観光消費額の確保による安定した地域経営基盤の確立を図る必要がある。

⇒実証①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）により認知度を高め滞在と周遊による更なる消費拡大

⇒実証③産業連関表による経済波及効果の見える化により経済効果を容易に把握し経済効果最大化への取組に活用

3. 地域の課題

本事業で解決したい課題

（２）効果的なプロモーションの地域内の波及

当協会では宿泊データを収集及び分析し、プラットフォーム化を確立し、効果的なプロモーションの成果を出してきているが、プラットフォーム参画施設と未施設とで成果に格差があるため、全宿泊施設の平準化による経営の安定化を目指す。また、体験型商品は統計値の収集はできているが、市内のデジタル動向調査及び分析ができておらず、それを改善し、より効果的なプロモーションにつなげる必要がある。

⇒実証②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析により動向を分析しプロモーションを実現

⇒実証④プラットフォームシステム拡充により不足分を補完し事前予測による効果的な対策を実現

（３）コロナ以前の集客率回復

コロナ以前の年間宿泊者100万人へ回復

⇒実証①～④で実現

3. 地域の課題

本事業で解決したい課題

今年度のKPIについて

実証①
　下呂の温泉以外の魅力（イベント等、別事業による新規コンテンツ造成を含）を地域情報カレンダー及びスマートシティモードにより情報訴求し、新規個人客獲得（アプリ既存ユーザーの下呂温泉との関係化を含め）KPI達成を目指す。
　2021年度UU数：約42,000,000×(関東53%, 関西26%,東海16%)×平均バナー表示回数/5回
　×バナー平均CVR2%×実移動・仮説CVR1.2%＝年/約47,000人+アナログPR実力値

実証②
　下呂市内観光地の観光流動の変化を把握するべく、適正な場所へ設置し、各観光地への周遊状況、滞在時間の把握の整理から、代表的な行動パターンを地域間の移動を中心に５件（5地域への移動を各1件）以上を分析して、滞在時間向上の効果的な観光マーケティングに活かしKPI達成を目指す。
　既存のおでかけウォッチャーやウネリーなどの動向調査とも合わせて分析する事で集客戦略策定に反映でき、効果的なプロモーションが可能となるため、KPI達成にも繋がる。

3. 地域の課題

本事業で解決したい課題

今年度のKPIについて

実証③
　算定システムを開発し、評価結果から１件以上の具体的な取組事例を実現する。
　年間の事業または補正事業やイベントの実施に際し、対予算効果を示し、観光推進にかかる幅広い合意形成を図ることにより、地域振興に良好なサイクルを生み出し、KGIの達成にも繋がる。

実証④
　宿泊データ分析システムを改修し、下呂温泉エリアのシステムカバー率100％を実現する。
　システムのデータ利活用について共有し、各宿泊施設におけるターゲット設定等の集客戦略に反映することで効果的なプロモーションが可能となる。それぞれ経営の安定化に繋がり、KPI（年間宿泊者数800千人）の達成にも繋がる。

4. 事業内容

実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

【内容】

- ○ 乗換案内アプリの着地型共通IF「スマートシティモード（地域モード）」による観光情報の一元化
- ○ SPOT to SPOT検索による回遊性の向上と検索の利便性
- ○ インフルエンサーを活用したプロモーション

【活用・開発する技術】

- ○ 乗換案内アプリ着地型共通IFスマートシティモード活用による「下呂温泉モードの実装」
- ○ GPSスタンプラリー機能による周遊の促進（下呂温泉モード内に連携）
- ○ 地域情報カレンダー（ジョルテカレンダー）連携によるマイクロイベント等の集約・情報発信と、SPOT to SPOT検索での情報経路ポータルの活用・促進
- ○ ご当地着せ替え、ジオフェンスによる下呂温泉到着前でのユーザーアプローチ

首都圏や関西圏からの広域移動と
下呂温泉エリア内の周遊を１つのアプリでカバー

スマートシティカレンダーをはじめ、
DMOサイトやほかのサービスとも柔軟に連携

4. 事業内容

実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

【ターゲット/利用者想定】

※想定：首都圏及び関西圏（次いで東海圏）を主とした20～50代

○　乗換案内アプリユーザー　○　SNSアクティブ層

【今年度KPIについて】

○　下呂温泉以外の魅力（イベント等を含む地域情報）を、地域情報カレンダー及びスマートシティモードより訴求し【新規個人客獲得（アプリ既存ユーザーを含め）】KPI達成を目指す。

〈KPI〉**年/約47,000人（月平均：約3900人）**

＋SNSマーケティング、PR）

＊KPI試算：約42,000,000 ×（関東53%, 関西26%,東海16%）
× 平均バナー表示回数/5回× バナー平均CVR2%
× 実移動・仮説CVR1.2%
＝ 年/約47,000人+アナログPR実力値

参考：ジオフェンスによるプッシュ通知訴求
※下呂駅を着駅とする検索上位の初駅

〈以下、ジオフェンス想定駅〉
・名古屋　・岐阜　・高山　・大阪
・京　都　・東京　・富山　・金沢
・品　川　・横浜　・下呂

注1）下呂観光協会保有のデータも参照し設置駅の絞り込みを実行。
注2）通知がノイズとならない約2週の間隔による通知を予定。

【成果イメージ】

○　最適なコミュニケーション設計の検討

○　ターゲットの移動に影響を与えたコンテンツの分析

○　アプリに一元化した情報とサービスの検証

4. 事業内容

実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

【効果検証の手法】

- ○　fire base、アナリティクスを含むBIツールでの分析
- ○　アプリを通じて取得する複数種データを複合的に分析
  （スマートシティモード・ジョルテカレンダーをベースとし、各種連携サービスを含め分析）

【検証における指標】

- ○　乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）の利用動態
- ○　インフルエンサーを活用したプロモーション施策の効果検証

【事業スケジュール】

時期 実施内容	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
①-1 乗換案内アプリ開発		企画決定 要件定義 開発準備	開発期間	デバック		実証期間		データ分析 まとめ報告
①-2 ジョルテカレンダー開発		開発準備	開発期間	デバック		実証期間		データ分析 まとめ報告
①-3 プロモーション		企画検討	調整・準備		プロモーション実施			データ分析 まとめ報告

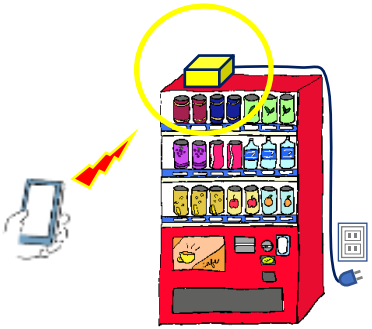
4. 事業内容

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

【内容】

- ○　下呂市内観光地へのWi-Fiパケットセンサの設置
  及びデータ収集、データ解析による人流分析
- ○　設置場所：重要観光施設
- ○　設置個所数：20か所　　○　設置期間：約４カ月

Wi-Fiセンサ



【活用・開発する技術】

- ○　Wi-Fiパケットセンサ：スマホ等のWi-Fi接続機器のプローブリクエストを取得。AMACアドレスを突合することで人流を把握
- ○　データ用専用サーバーの活用　○　データ解析ソフトの活用

【ターゲット/利用者想定】

- ○　センサ設置エリア内を通過するスマートフォン（Wi-Fiモード）利用者

【成果イメージ】

- ○　観光交通流動の分析　○　観光流動層の同定　○　より効果的なプロモーションの検討

ウネリーによる人流解析 おでかけウォッチャーによる新たなモニタリング分析	Wi-Fiパケットセンサによる人流解析
○　観光スポットの前後周遊を日別に把握可能 ○　来訪者の発地や属性（性別、年代）が把握可能	○　来訪者の周遊状況（トリップチェーン＝軌跡）が把握可能（1日だけでなく、宿泊を伴う場合も可能） ○　各観光スポットの滞在時間やエリア内の滞在時間が把握可能

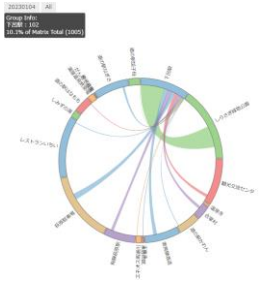
4. 事業内容

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

【今年度KPIについて】

- ○　代表的な行動パターンを地域間の移動を中心に５件（5地域への移動を各1件）以上を分析し、滞在時間向上の効果的な観光マーケティングに活かす。
- ○　既存のおでかけウォッチャーやウネリーなどの動向調査とも合わせて分析することで集客戦略策定に反映する。

来訪者層の動き



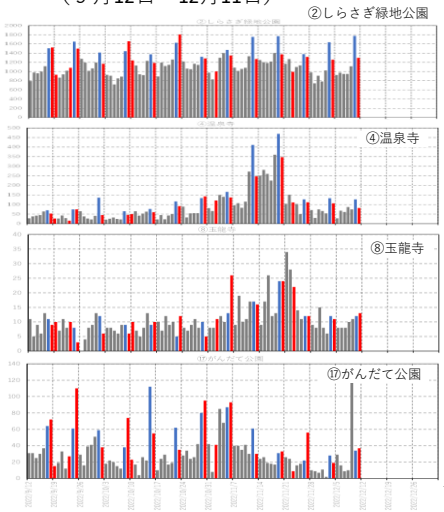
【効果検証の手法】

- ○　収集データを用いた施策評価
- ○　施策有無と観光流動の変化に関する考察
- ○　観光マーケティング

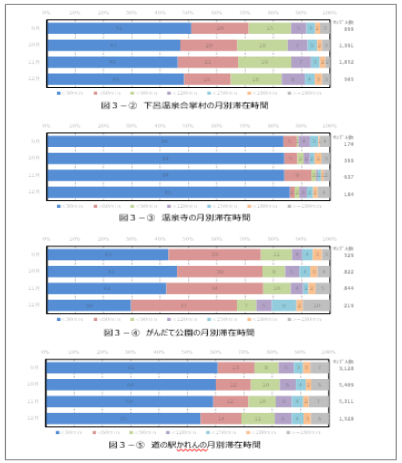
【検証における指標】

- ○　センシングデータからの観光客層の推定
- ○　代表的行動パターンの同定

・センサ別取得数の推移グラフ
（９月12日～12月11日）



・月別滞在時間グラフ
（９月12日～12月11日）



4. 事業内容

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

【事業スケジュール】

時期 実施内容	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
②Wi-Fiパケットセンサ人流解析		センサ設置箇所検討	センサ設置準備	センサ設置	データ収集・分析			データ分析まとめ報告

4. 事業内容

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

【内容】

○　下呂市における産業連関表の作成
　(1)下呂市のコントロールトータル推計
　(2)下呂市産業連関表の取引基本表の作成
　(3)下呂市産業連関表の各種係数表の作成
　(4)下呂市-全国地域間産業連関表の取引基本表の作成
　(5)下呂市-全国地域間産業連関表の各種係数表の作成

○　産業連関表をもとにした、各種取組による経済効果を算定するシステムの構築

【活用・開発する技術】

○　産業連関表をもとにした
　経済効果を算定するシステム

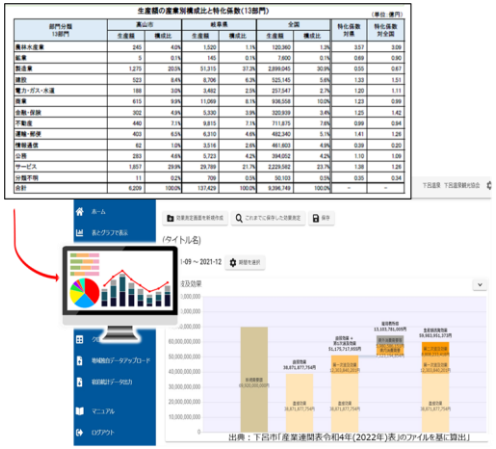
【ターゲット/利用者想定】

○　行政・DMO、地域内事業者

【成果イメージ】

○　日帰り人数及び宿泊者数を入力すると、
　「新規需要額」「直接効果」「第一次波及効果」
　「消費需要」「雇用者所得」「第二次波及効果」
　等をグラフ表示できる。

▼産業連関表



4. 事業内容

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

【今年度KPIについて】

- ○　算定システムを開発し、評価結果から１件以上の具体的な取組事例を実現する。
- ○　年間の事業又は補正事業やイベントの実施に際し、対予算効果を示し、観光推進にかかる幅広い合意形成を図る。

【効果検証の手法】

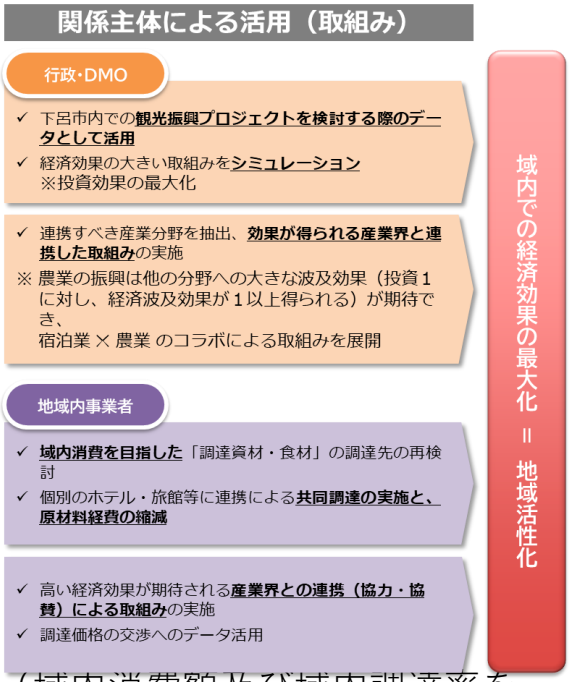
- ○　行政・DMO、地域内事業者の利用履歴
- ○　新たな取組の検討への活用に関するヒアリング

【検証における指標】

- ○　行政・DMO、地域内事業者による利用状況
- ○　新たな取組の評価・検証

【産業連関表を活用した事例】

- ○　愛知県豊田市
  豊田スタジアムで開催されるイベント（Ｊリーグの公式戦やコンサート等）が市にもたらす経済波及効果計測、現状把握。
- ○　三重県鳥羽市
  観光産業が鳥羽市の経済に与える影響について調査分析（域内消費額及び域内調達率を含む）を行い、今後の観光振興策を実施。



4. 事業内容

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

【事業スケジュール】

時期 実施内容	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
③産業連関表作成		産業連関表の作成		データ取り込み 開発・テスト		リリース	地域での活用 利用状況　報告 満足度 ヒアリング	

4. 事業内容

▼下呂市全体の宿泊データの読込・表示イメージ

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

【内容】

○　下呂市全体の宿泊者データの取込・表示
(1)宿泊データ分析システムに未登録の29事業者のデータ取込
(2)地域データとして、下呂市の宿泊統計と同項目の表示

○　先予約の表示による受入のマーケティング・マネジメント
(1)宿泊事業者から将来データの登録
(2)地域の今後の需要予測の可視化

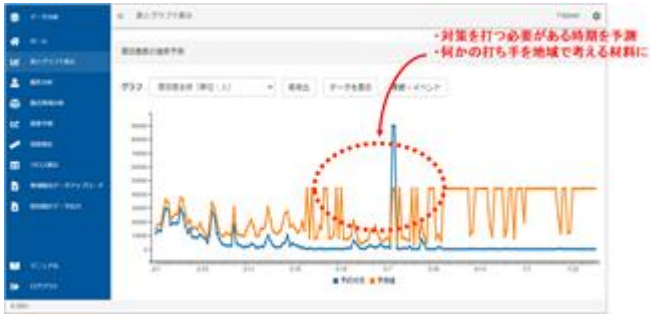
【活用・開発する技術】

○　宿泊データ分析システムの改修（AI活用 等）

【ターゲット/利用者想定】

○　行政・DMO、地域内観光事業者

▼先予約のデータ表示イメージ



【成果イメージ】

○　下呂市が行っている観光統計を宿泊データ分析システムで表示、行政やDMO、観光事業者が閲覧でき、地域又は自施設の分析に活用できるようになる。

○　地域の将来の宿泊予測ができるようになり、事前に打ち手の検討に繋げられている。
料金や在庫の最適化人員配置、食材の仕入れなど

4. 事業内容

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

【今年度KPIについて】

- ○　下呂温泉エリアのシステムカバー率100％を実現する。
- ○　システムのデータ利活用について共有し、各宿泊施設におけるターゲット設定等の集客戦略に反映する。

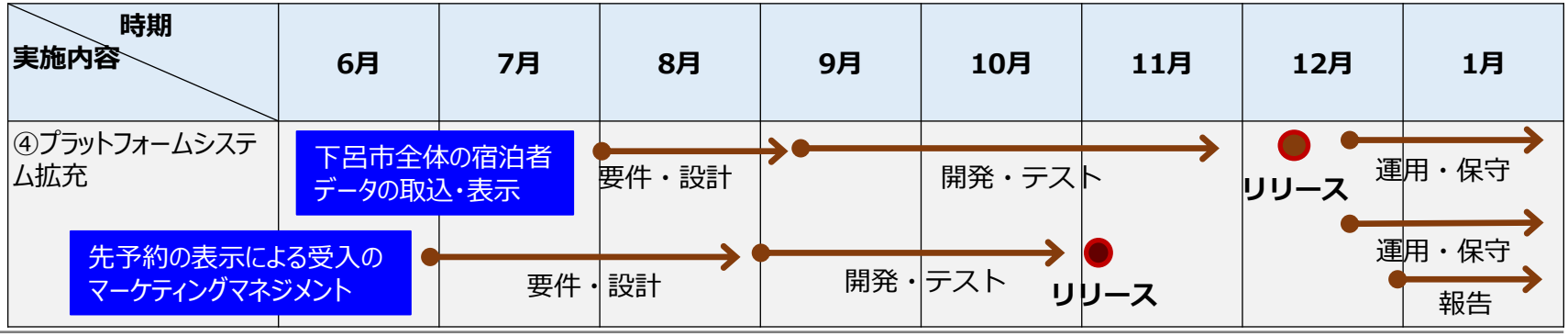
【効果検証の手法】

- ○　下呂市での行政・DMO、地域内事業者の利用履歴
- ○　何かの打ち手の検討への活用に関するヒアリング

【検証における指標】

- ○　行政・DMO、地域内事業者による利用状況
- ○　需要予測活用による打ち手の評価・検証

【事業スケジュール】



5. 開発、構築したシステム

実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

乗換案内
JORUDAN CO.,LTD.

乗換案内パートナープログラム
乗換案内
スマートシティモード™

SPOT to SPOTのルート検索と
地域情報が連携して
あなたと目的地を自動で接続！
より楽しく、より快適に案内します。

①下呂温泉モードTOP

②下呂温泉モード

5. 開発、構築したシステム

◆実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

4,000万DLのジョルダン乗換案内アプリに「下呂温泉モード」を開発！

地域情報と連動した経路検索で旅マエの情報発信と旅ナカの周遊移動をカバー！

ルート検索

マルチモーダルに対応しており
電車・バスのほか、徒歩ルートも表示。

イベントカレンダー

下呂温泉エリアの情報をカレンダーで発信。
旅マエでも旅ナカでも、
予定から行き先を探すことができる。

各種サービスや情報を連携

スタンプラリーやクーポンなど、周遊に役立つ
サービスや、直行バス予約などを連携。

MAPビュー

下呂温泉エリアのあらゆるスポットをMAPに表示。
直感的に目的地を選択し、現在地からの経路検索まで一気通貫。

5. 開発、構築したシステム

◆実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

｜デジタルスタンプラリーの開発_1

スタンプラリーの参加方法（おおまかな流れ）

全部で４つのエリアでスタンプを集めてコンプリートします
①位置情報をONに設定
②アプリを起動したまま該当のエリアへ入る
③スタンプが表示されたらタップ

※補足
各エリアに掲載されている複数のスポットのうち、どこへ行ってもスタンプをゲットできます。
（全スポット回らなくてOKです）

【駅前エリア】

【中心エリア】

【合掌村エリア】

【素肌美人スイーツ】

【コンプリート】

5. 開発、構築したシステム

◆実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

｜デジタルスタンプラリーの開発_2

スタンプラリーの参加方法（スタンプ表示～ゲットまでの流れ）

①スタンプ対象エリア外の状態
※何もしていないはじめの状態では、
スタンプがグレーアウトして不明瞭

②スタンプが有効になった状態
※対象エリアに入るとスタンプが明瞭になる
（対象スポットから半径約40m）

③スタンプを押した状態
※明瞭になったスタンプをタップすると
「スタンプゲット！」が表示される（自動で消える）

5. 開発、構築したシステム

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

◆システムの概要

Wi-Fiパケットセンサによる人流解析

- ○　Wi-Fiパケットセンサによりスマートフォン等の通信機が発するWi-Fi接続機器のプローブリクエストを取得
- ○　取得した端末情報（MACアドレス）に匿名化処理を行い、個人が特定できない識別情報に変換
- ○　匿名化した（Anonymous）MACアドレスを突合することで人流を把握

＜Wi-Fiパケットセンサの仕組＞

センサ
- 機器情報の取得
- 匿名化
- データ生成
- アップロード

インターネット回線

クラウドサーバー
- データ保管・蓄積
- データ処理
- データ解析
- 解析結果可視化

- ○　下呂市内観光地での滞在時間や周遊状況を把握するため、20か所にセンサを設置
- ○　9月上旬にセンサを設置し、データを収集　（飛騨萩原駅のみ9月下旬に設置）

▼センサ設置状況

下呂駅（下呂市観光総合案内所）

下呂温泉合掌村

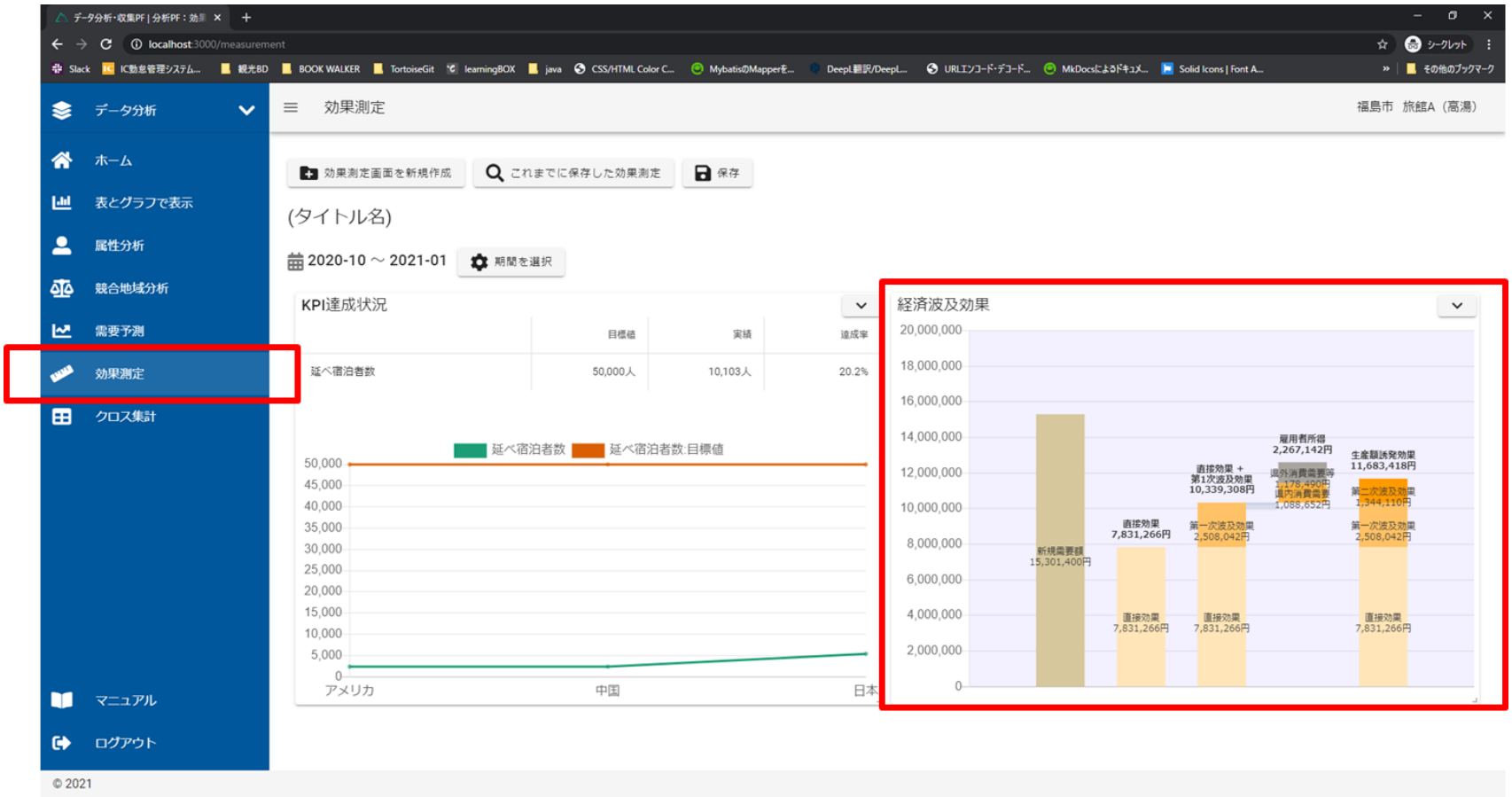
がんだて公園

5. 開発、構築したシステム

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

（1）　効果測定機能

宿泊データ分析システムのデータ分析画面の効果測定機能に算定する仕組を構築した。



5. 開発、構築したシステム

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

（２）　経済波及効果の算定方法

以下の２つの経済波及効果を算定できる仕組としている。

①イベント・観光の波及効果

〇人数をもとに算出：　日帰り人数、日帰り単価、宿泊者数・宿泊単価

〇金額をもとに算出：　宿泊、飲食、土産物などの金額

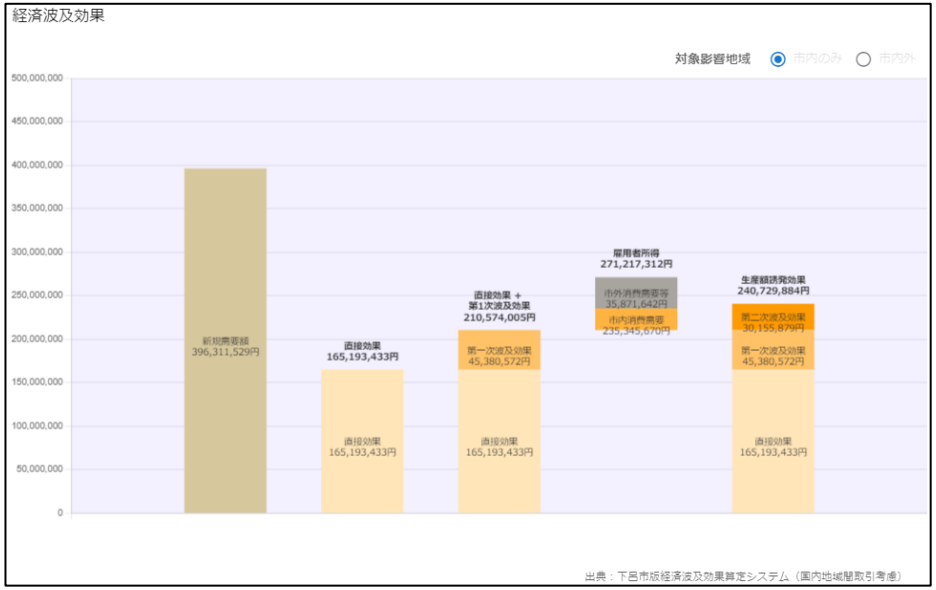
②建築投資(新築や改修等)の波及効果

〇金額をもとに算出：　木造、鉄筋コンクリート造などの新築時の構造、改修

5. 開発、構築したシステム

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

◆経済波及効果算定イメージグラフ



◆グラフと連動した詳細データダイアログ

効果測定に戻る

新規需要額	直接効果	第一次波及効果	直接効果＋第一次波及効果
396,311,529円	165,193,433円	45,380,572円	210,574,005円

市外消費需要等	市内消費需要	雇用者所得
35,871,642円	24,771,665円	60,643,307円

直接効果	第一次波及効果	第二次波及効果	生産額誘発効果
165,193,433円	45,380,572円	30,155,879円	240,729,884円

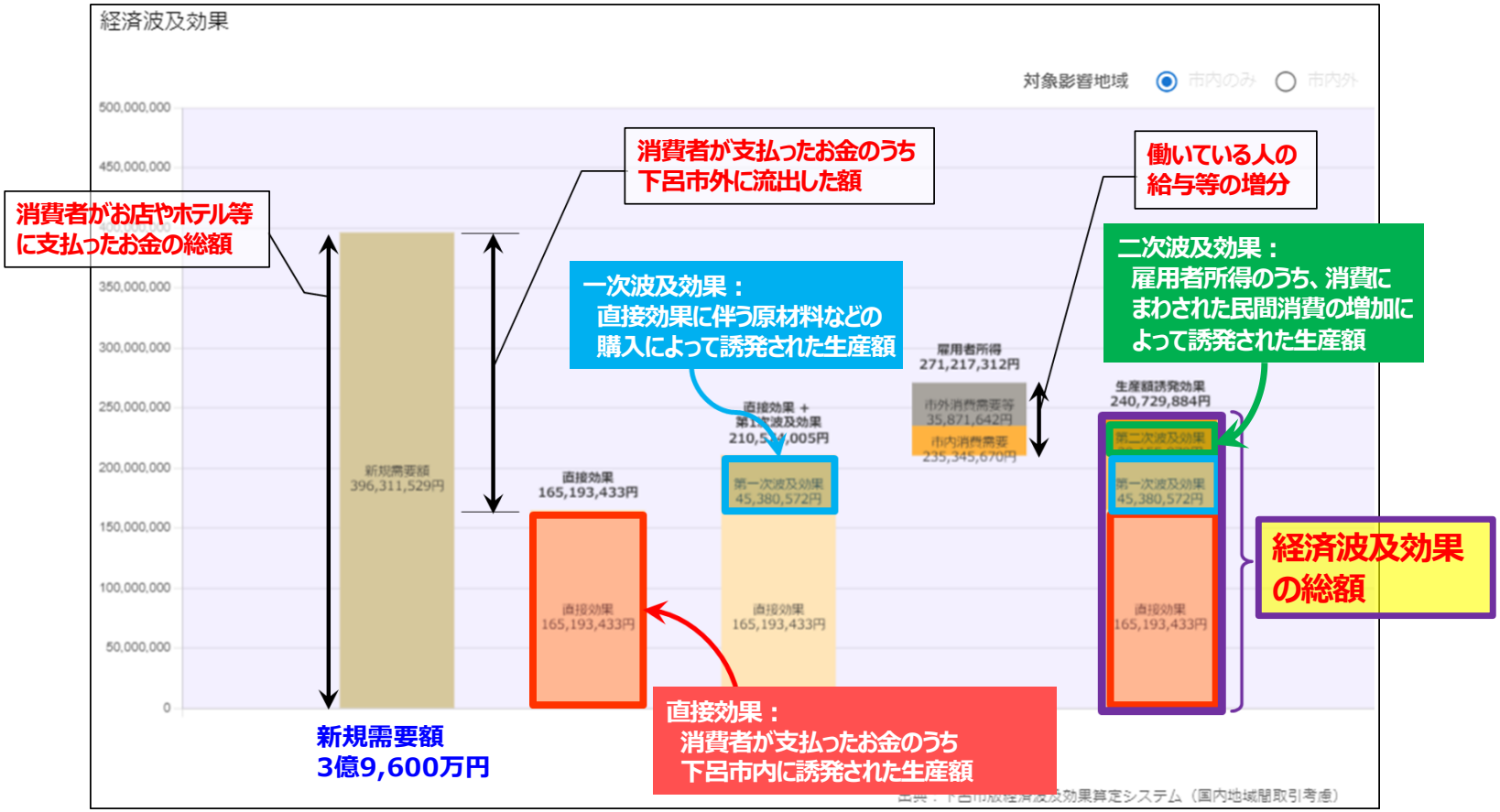
カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
耕種農業	925,112円	1,747,656円
畜産	0円	1,396,796円
農業サービス	0円	266,117円
林業	0円	164,482円
漁業	1,648,951円	973,952円

出典：下呂市版経済波及効果算定システム（国内地域間取引考慮）

5. 開発、構築したシステム

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

直接効果	＋	一次波及効果	＋	二次波及効果	＝	経済波及効果
1億6,500万円		4,500万円		3,000万円		2億4,000万円



5. 開発、構築したシステム

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

（３）　経済波及効果に関する用語解説

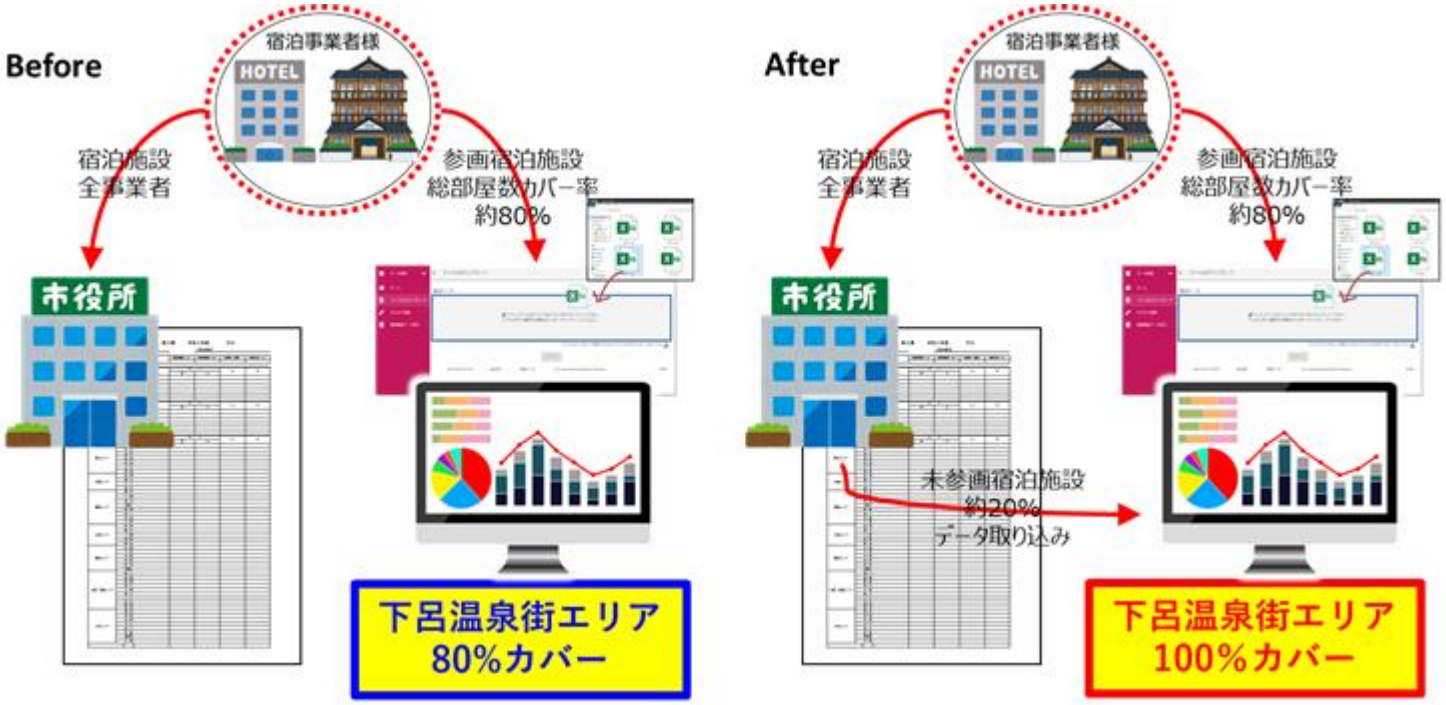
用語	説明
新規需要額	● 取組みを実施することで、新たに発生する消費者（日帰り観光客・宿泊客等）の消費額の合計値のことを示します。 ● 日帰り観光客・宿泊客ともに、一人あたりの消費額を統計資料から引用し、これに目標とする人数と乗算することで算定されます。
直接効果	● 初期需要（投資）額を直接満たす生産のうち県内で自給される分。直接生産誘発額（直接効果）という。 ● 直接生産誘発額は、初期需要（投資）額に自給率を乗じて求められます。
第一次波及効果	● 需要の発生は、原材料の取引を通じ各産業へ影響を及ぼします。この原材料取引の流れを追い、全産業への波及を求めたものが一次波及効果（第一次生産誘発額）となります。 ● 直接効果は、部門別需要（県外・県内）、新付加価値額に分類され、このうち県内部門別需要が誘発する効果を求めています。
県内消費需要	● ［直接効果］＋［第一次波及効果］により、影響がある産業に従事する雇用者の所得が誘発されます。これを雇用者所得誘発額といいます。 ● 県内消費需要は、雇用者所得誘発額によってもたらされる県内需要増加額のことを指します。なお、雇用者所得誘発は、県内だけでなく、県外でも発生し、これは県外消費需要等に含んでいます。
県外消費需要等	● 雇用者所得誘発額によってもたらされる需要増加額のうち県外需要増加額と、貯蓄や投資などにまわる額を合計した値です。
雇用者所得	● 雇用者所得は、［直接効果］＋［第一次波及効果］により、影響がある産業に従事する雇用者の所得が誘発（増加分）される額のことをいいます。 ● この雇用者所得は、県内消費需要と県外消費需要等に区分されます。
第二次波及効果	● 県内消費需要をもとに、発生する消費による波及効果をいいます。
生産額誘発効果	● 直接効果＋第一次波及効果＋第二次波及効果の合計値により求められます。

5. 開発、構築したシステム

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

（1）下呂市全体の宿泊者データの取込・表示

下呂市役所で下呂温泉の全宿泊事業者に毎月１回宿泊統計調査表の記入を義務付けているが、そのデータを宿泊デー タ分析システムの改修に連動させた。
下記の通り、これまでに参画していない29事業者分のデータを取り込み、下呂温泉街を100%カバーする状態を目指した。
将来的には、下呂市役所側で行っているアナログの作業をデジタル化し、作業効率を向上させるとともに、データの利活用も　宿泊データ分析システムの改修への一本化を目指す。



5. 開発、構築したシステム

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

（２）先予約の表示による受入のマーケティング・マネジメント

現状は1か月分の実績データを翌月にシステム登録をして頂いているが、その時点での将来データ（3か月先まで）を合わせて 登録することにより、地域の今後の需要予測を可視化し、地域として取るべき対策の検討材料に活用できるようにした。
各宿泊事業者は宿泊料金の設定や最適な人員配置、食材の仕入れ等に活用できると考える。

◆先予約データ　　**※2023年1月16日時点データ（2022年11月1日～2023年３月31日で表示）**

6. 事業の成果

実証内容　①-1乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

◆　事業目標に対する成果

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	期間 目標数値	年間 目標数値
	月次目標 約3,900名	月次目標 約3,900名	月次目標 約3,900名	月次目標 約3,900名	月次目標 約3,900名	月次目標 約3,900名	約23,400名 （6ヶ月）	約47,000名
月次 達成数値 （UU）	3,105	4,544	5,053	4,355				
累計	3,105	7,649	12,702	17,057				
進捗率 (累計値)	6.6% 月次達成 80%	16.3% 月次達成 117%	27% 月次達成 130%	36.4% 月次達成 112%				

＊実証期間の3ヶ月に加え、1月確定が4,355件を達成。当KPIは6ヶ月単位で見ても達成可能と判断。
＊現時点で4ヶ月=約17,000 UUを達成。

▶乗換案内アプリ
・KPI ：UU数、年/約47,000人（年間目標÷12ヶ月＝月平均/約3900人とする）＋アナログPR実力値
・現状：3ヶ月累計、12,702 UU 達成（1ヶ月平均：4,234 UU）
＝実証期間10～2023年1月目標値：17 ,057 UUを達成（全体KPI：1月末 / 36.4%）

◆　実証内容に対する成果

実証期間中、スマートシティモード（下呂温泉モード）は総じて目標を超えるダウンロード数があり、プッシュ通知やアプリ内でのバナーの表示を行い、視覚的に訴求を実施したものの、特にSNSでのプロモーション効果が大きかった。

6. 事業の成果

実証内容　①-1乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

◆　事業目標に対する成果

①ジオフェンス（特定域プッシュ通知）

指定駅：名古屋駅、新大阪駅、東京駅、下呂駅、岐阜駅、草津駅

約30,000件目標＝〈指定駅の平均検索回数：約450,000件
× 1/5（位置情報ON）× 1/3（通知設定ON）〉

通知数：42,949

65.8%

プレビュー数：28,264

8.7%

適用数：2,467

②アプリバナー訴求

｜KPI試算基準：42,000,000（実際：20,887,778 ＊コロナ前の1/2）

アプリ(TOP)	アプリ(経路検索)
表示数：18,153,000	表示数：2,734,778
タップ数：12,866	タップ数：21,821

0.07%　30%　0.8%

適用数：10,235

端末位置情報をONの状態で、特定エリアに入ることで
「スマートシティモード」への切り替え誘導ダイアログが発動。

下呂モード適用数（UU）

12,702

10/1～12/31（3ヶ月目標値：11 ,700）

〈参考〉
東京都・西新宿モードは6月～12月までで
19,420UU。都内適用と比較した場合の差分が
6,718UUは非常に良い数値

アプリ(TOP)

アプリ(経路検索)

6. 事業の成果

実証内容　①-1乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

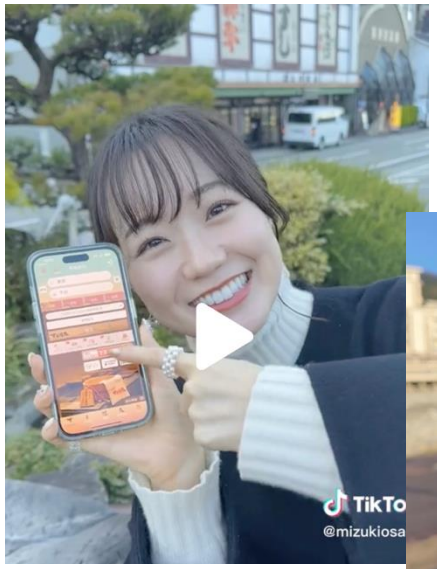
｜位置情報や検索機能を活用した訴求と、SNSプロモーションの実施・検証

※経路検索結果に応じて
下呂温泉のバナーを表示
例：名古屋駅を目的に検索など

①アプリの機能を活用した訴求

・経路検索結果に応じてバナーを表示
・GPSで位置情報を判定して通知（ジオフェンス）
・位置情報を利用したスタンプラリー

各種データ取得



②インフルエンサーによるSNS訴求

・「下呂温泉モード」を活用した観光旅行の促進
・ターゲットに向けた下呂温泉の楽しみ方提案
・新規獲得のための周知

SNS拡散の効果検証

6. 事業の成果

実証内容　①-1乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

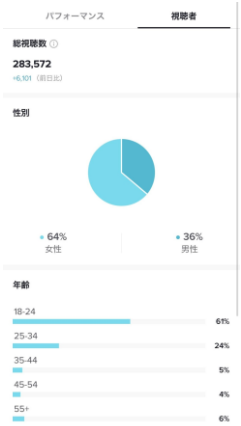
◆　成果の分析・評価

○　投稿レポートと着せ替え適用数について

- ✓　10/29~11/20までの期間に、合計４投稿を実施。
- ✓　１回目の投稿から約１週間で着せ替え適用数が大きく増加しているのは、フォロワー数が最も多い「りょうまい」さんの投稿によるもの。２回目の山は、りょうまいさん以降に立て続けに３投稿を行ったことで、効果的にimp数が増えた結果であると分析。
- ✓　広告ではなく「投稿」のため、少しずつ広く拡散され、結果的に着せ替え適用数の伸びにつながった。

| クリエイター「おおさこ」投稿
| 287,900 PV（2023年1/16現在）

| クリエイター「りょうまい」投稿
| 714,400 PV（2023年1/16現在）



Instagram

アカウント名	投稿URL	FW数	投稿日	いいね	コメント	保存数	総EG数	総EG率	リーチ数	imp数
合計		156,000	-	5,925	40	15,736	21,701	13.91%	841,074	895,691
りょうまい	https://www.ins	156,000	44863	1,576	20	1,421	3,017	1.93%	119,024	125,194
たびもこ1	https://www.ins	42,000	44874	2,094	11	7,777	9,882	23.53%	427,202	458,231
たびもこ2	https://www.ins	42,000	44875	1,898	9	6,054	7,961	18.95%	249,438	266,570
たびもこ3	https://www.ins	42,000	44876	357	0	484	841	2.00%	45,410	45,696
RIE	https://www.ins	12,000	44885	259	21	63	343	2.86%	3,618	4,182

TikTok

アカウント名	投稿URL	FW数	投稿日	いいね	コメント	保存数	シェア数	総EG数	総EG率	再生数	再生率（対FW数）	合計再生時間（時間）	平均視聴時間（秒）	動画フル視聴率
合計		419,200	-	11,000	22	1,658	584	13,264	3.16%	334,000	79.7%	825:21:40	9秒	-
りょうまい	https://www.tiktc	419,200	44863	11,000	22	1,658	584	13,264	3.16%	334,000	79.7%	825:21:40	9秒	1.59%

注：投稿から１週間後の数値

6. 事業の成果

実証内容　①-1乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

【SNSマーケティング】
InstagramとTikTokのインフルエンサーに協力を得て10/29～11/20の期間中合計４投稿実施。

たびもこ(2回)

下呂モード日別/適用（10/26~11/22）

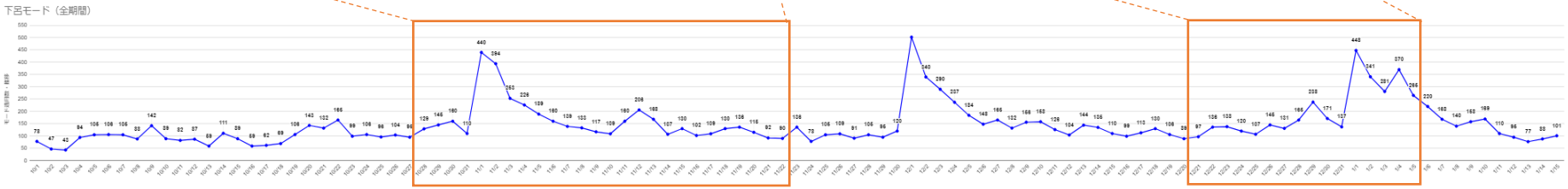
下呂モード日別/適用（12/21~1/6）

【検証結果・効果】

10/29投稿後、１週間程度で着せ替え適用数が大幅増加。フォロワー数が最も多い「りょうまい」さんの投稿による効果。

TikTokやInstagramのリール投稿は、動画と音声にて分かりやすく紹介している点が効果にも反映されている。

一方、Instagramの画像投稿は数枚に渡り下呂の紹介ページがあった後、最終ページにてアプリ紹介のためそれほど効果が得られていない傾向。



6. 事業の成果

実証内容　①-1乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

◆　上手くいった点とその要因

上手くいった点	要因（工夫した点など）
情報発信の多角化	下呂温泉モードを開始したことにより、乗換案内アプリ内（ジョルテ・地域情報カレンダー連動）での情報発信に加え、スポットtoスポットでのダイレクト経路検索により、地域情報と移動ルートがセットとなることで、昨今、情報発信の主流となっているSNSとは別の形による情報の多角化を行うことができたと考える。上記はモード適用数からも、総合的に効果があったと判断でき、特に乗換案内アプリが持つ固有機能であるジオフェンスによる特定エリアのみでのプッシュ通知や、アプリ内バナー訴求なども、適用数に貢献したと考える。

◆　上手くいかなかった点とその要因

上手くいかなかった点	要因、改善点
地域ブランディングとの具体的な連動と移動手段との結節	紹介、発見、経路検索の衝動を駆り立てる「魅力ある地域紹介コンテンツ」の紹介については叶っているものの、「地域コンテンツの魅力をより有効な手段・方式」で訴求し、移動需要に刺激を与えるためには、他プレーヤーとの連携も不可欠であり、新たな地域ブランディング施策（資源の磨き上げ）とのより強固な連携が必要となると考える。 一方、今回の全体企画では、移動手段＝公共交通及び、域内移動のためのNEWモーダルとのサービス連携などが果たせておらず、特に下呂を中心とした広域移動については、引き続き自家用車の需要が高い（関西圏の来訪者）と予測されるため、JR等の一次交通利用者が現地に到着してのちの連携についての施策が追加で必要であると考える。

6. 事業の成果

実証内容　①-2SNSプロモーションについて

◆　上手くいった点とその要因

上手くいった点	要因（工夫した点など）
SNSを活用した 情報プロモーションと モード訴求	旅系インフルエンサー活用によるSNSプロモーション施策において、投稿実施直後の適用数が高く、アプリ以外でのプロモーション効果が高かったことが分かる。特にInstagramのフィードの投稿よりもリールや、TikTokでの動画の投稿がより効果が高いことが確認できた。またSNS単体でのプロモーションだけでは叶わなかった下呂モードによる具体的なルート検索との並走を投稿いただいたことにより、体感としての「移動」部分について多くのユーザーに訴求できたと考える。

◆　上手くいかなかった点とその要因

上手くいかなかった点	要因、改善点
観光情報に最適な 最適なSNS選定	地域の観光情報を発信するにあたり、テストも兼ねて各種SNS（Instagram、YouTube、TikTok）を活用してみた結果、やはり動画系SNSが最も有効という感触がある。特に今回については、下呂温泉というブランドが世に知れ渡っているという前提の元、一段掘り下げた形の魅力発信と、下呂モードの訴求に重きを置いたが、結果的にInstagramのような画像系では、1回での情報量を多くしようとすると、返って投稿内容がビジーになるという点もあり、以後、実際のインフルエンサーの見解なども踏まえつつ、長期的な総合計画を練ることが必要であると感じる。

6. 事業の成果

実証内容　①-3デジタルスタンプラリーについて

◆　上手くいった点とその要因

上手くいった点	要因（工夫した点など）
位置情報を元にしての地域情報のクリップ画面として効力を発揮	期間中、下呂モード内のデジタルスタンプラリーページのview数が、延べ2,548view、スタンプ取得総数が、延べ689個とそれなりにご利用いただけた。今回の要因としては、地域情報カレンダー及び、下呂MAPの内容が連動しており、且つ、スタンプラリー内のスポットについても連動しているため、全体を通じて案内できているスポット情報に統一性を与えられている点が、余計な迷いが生まれない（結果、どれから情報を取得しても、魅力創出に貢献できる）という利点があったと推察する。また、バックグラウンドであっても、スタンプ取得エリアであれば再表示で取得可能な仕様に改善した点も工夫が活きた。

◆　上手くいかなかった点とその要因

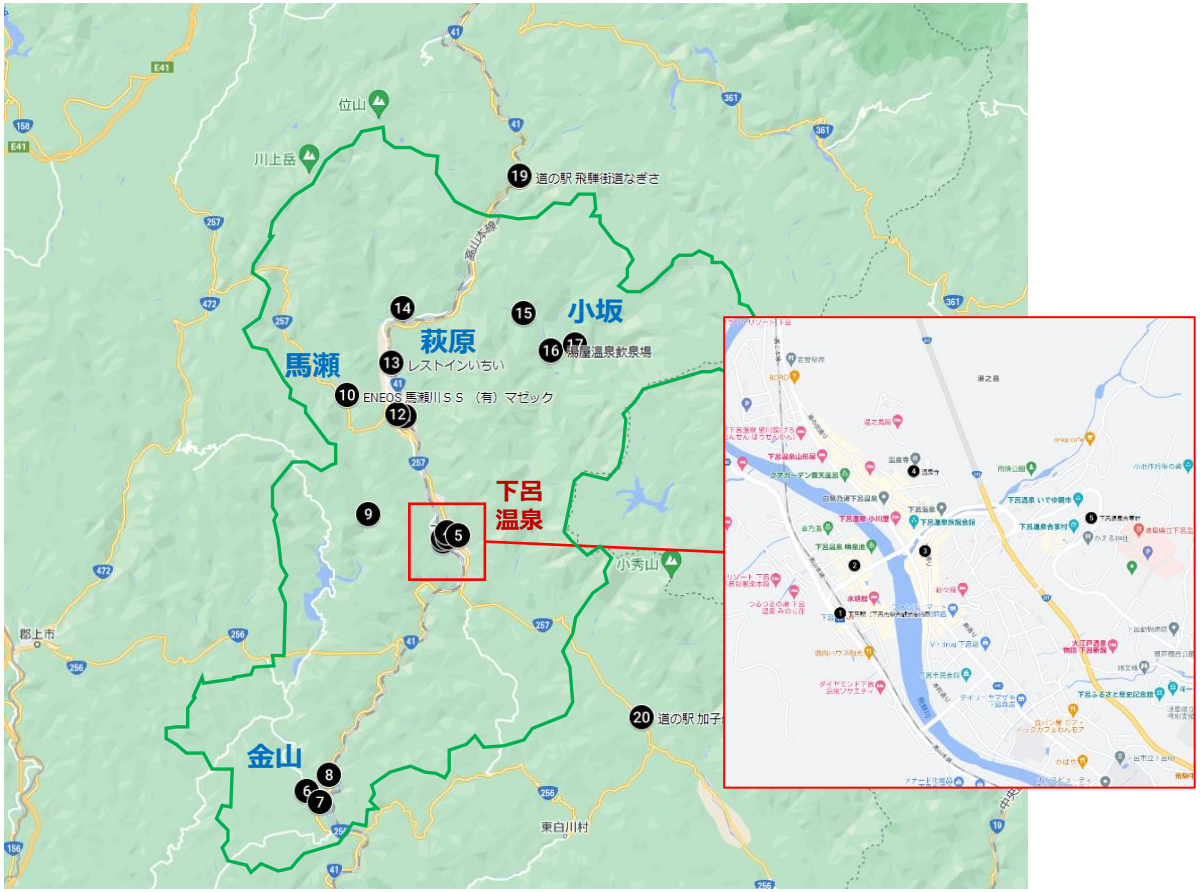
上手くいかなかった点	要因、改善点
地域スタンプラリーとの重複	スタンプラリーについては、既にご当地アプリでも運用されていることから、いくつかの施策が重複する点において「役割を切り分ける」ということが最重要であると考える。他地域も含め、施策の重複は致し方ないぶん、今回に関しては下呂モード・デジタルスタンプラリーが後発であるため、①ご当地アプリは「リピーター用」、②下呂モードは「新規・新エリア訴求」ということで役割を分けたことで、結果的に有効に作用したと考える。 また、当デジタルスタンプラリーは①位置情報②指定のポリゴン（狭いエリア）の２つを活用しているため、スタンプラリーというよりも「目に見えないものを探している。宝探し」としての要素が強いことが、結果的にわかったので今後の表現方法を改善したい。

6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼Wi-Fiパケットセンサ設置箇所

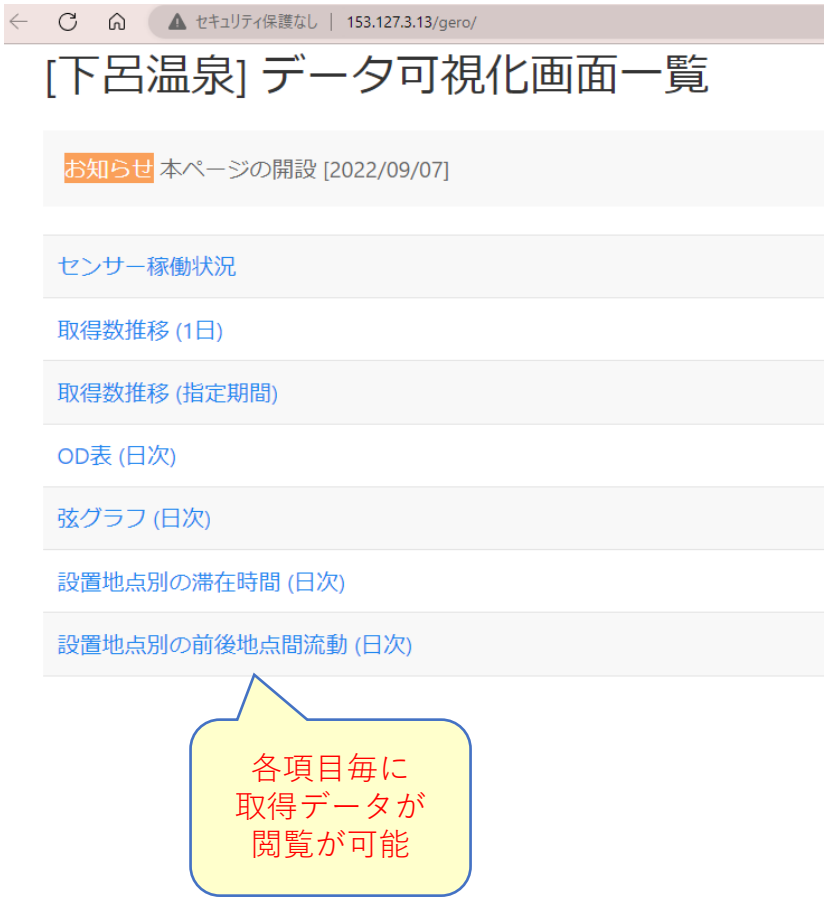
設置箇所
①下呂駅
②しらさぎ緑地公園
③下呂市観光交流センター
④温泉寺
⑤下呂温泉合掌村
⑥道の駅 かれん
⑦奥飛騨酒造
⑧玉龍寺
⑨フィッシングセンター水辺の館
⑩ENEOS馬瀬川SS
⑪飛騨萩原駅
⑫萩原中央駐車場
⑬レストインいちい
⑭飛騨川温泉しみずの湯
⑮道の駅 南飛騨小坂はなもも
⑯湯屋温泉飲泉場
⑰がんだて公園
⑱濁河温泉湯の谷荘
⑲道の駅 飛騨街道なぎさ
⑳道の駅 加子母

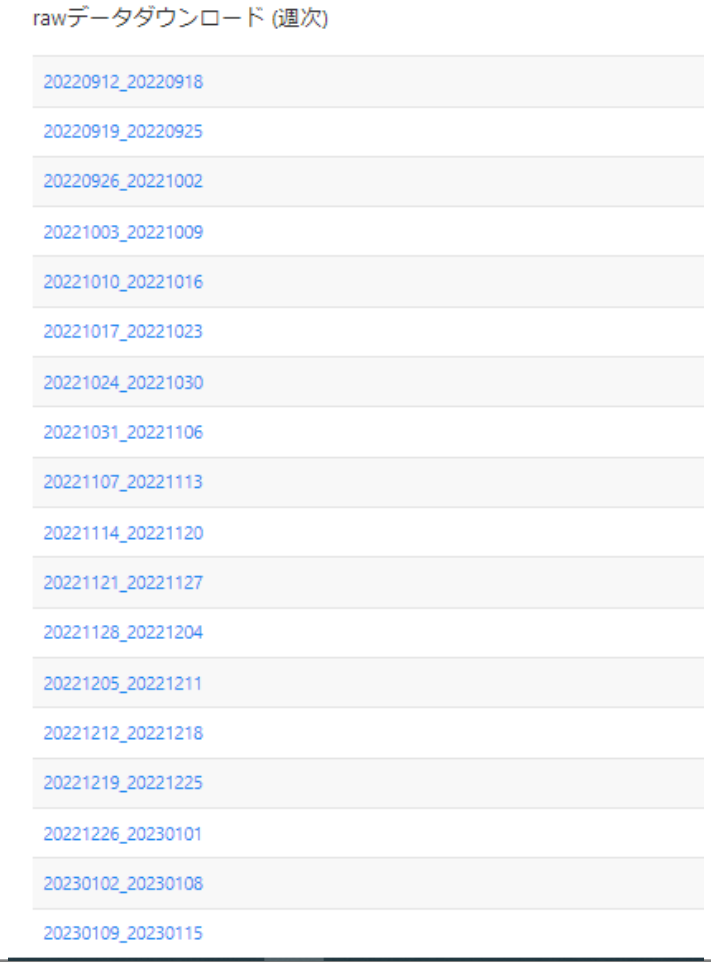


6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼取得データの表示（ID、パスワードによる閲覧）





6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼取得データの表示（ID、パスワードによる閲覧）

⇒　『センサーの稼働状況』　　２０箇所のセンサーの稼働状況とデータ数が一目でわかります。

下呂市						
No.	id	status	last 15min (uid / packet) Wi-Fi	penultimate 15min (uid / packet) Wi-Fi	last 15min (uid / packet) Bluetooth	penultimate 15min (uid / packet) Bluetooth
1	下呂駅 / 011	normal	427 / 437	426 / 443	7 / 9	7 / 9
2	しらさぎ緑地公園 / 002	normal	128 / 138	176 / 186	0 / 0	1 / 1
3	観光交流センタ / 013	normal	60 / 68	99 / 110	1 / 1	4 / 4
4	温泉寺 / 004	normal	0 / 0	5 / 5	0 / 0	0 / 0
5	合掌村 / 019	normal	24 / 26	11 / 14	2 / 2	0 / 0
6	道の駅かれん / 006	normal	83 / 86	69 / 72	4 / 4	8 / 11
7	奥飛騨酒造 / 007	normal	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
8	玉龍寺 / 005	normal	1 / 1	0 / 0	0 / 0	0 / 0
9	水辺の館 / 001	normal	1 / 1	1 / 1	0 / 0	0 / 0
10	エネオス馬瀬川 / 003	normal	10 / 10	6 / 6	3 / 3	3 / 3
11	飛騨萩原駅 / 010	normal	114 / 115	215 / 215	8 / 27	16 / 18
12	萩原駐車場 / 012	normal	95 / 101	124 / 130	12 / 14	12 / 15
13	レストランいちい / 017	normal	142 / 147	92 / 100	6 / 9	18 / 24
14	しみずの湯 / 014	normal	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
15	道の駅はなもも / 015	normal	5 / 11	46 / 54	2 / 3	6 / 8
16	湯屋温泉飲泉場 / 016	normal	2 / 2	6 / 6	0 / 0	2 / 2
17	がんだて公園 / 009	normal	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
18	濁河温泉 / 008	normal	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
19	道の駅なぎさ / 018	normal	14 / 14	79 / 79	2 / 2	4 / 10
20	道の駅加子母 / 020	normal	17 / 22	21 / 30	0 / 0	5 / 5

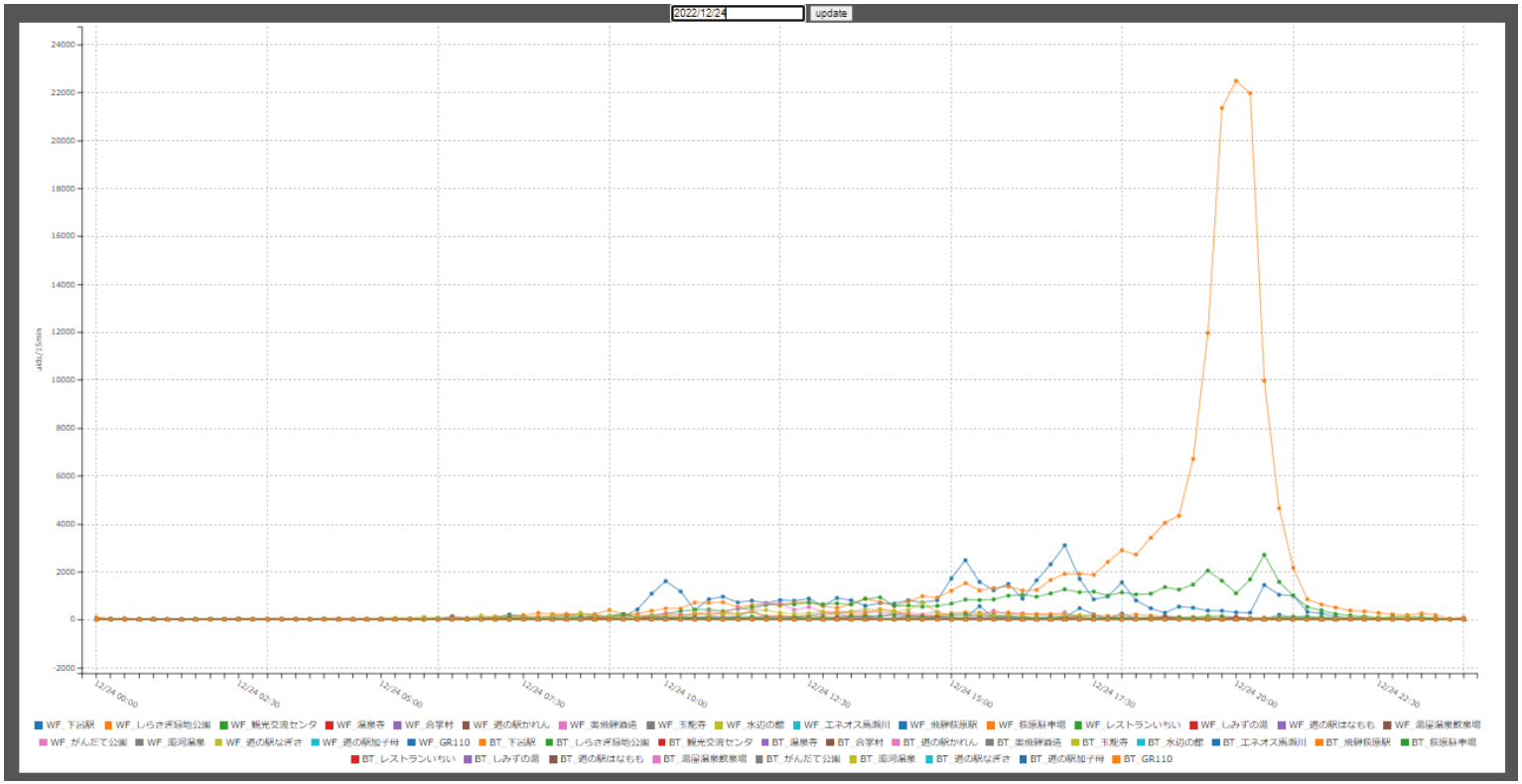
6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼取得データの表示（ID、パスワードによる閲覧）

⇒　『取得数推移（1日）』：2022年12月24日（土）

一日のなかでデータ取得数がどのように変化しているかがグラフ表示されます。
一日のどの時間帯で観光客の増減があるのかがわかります。



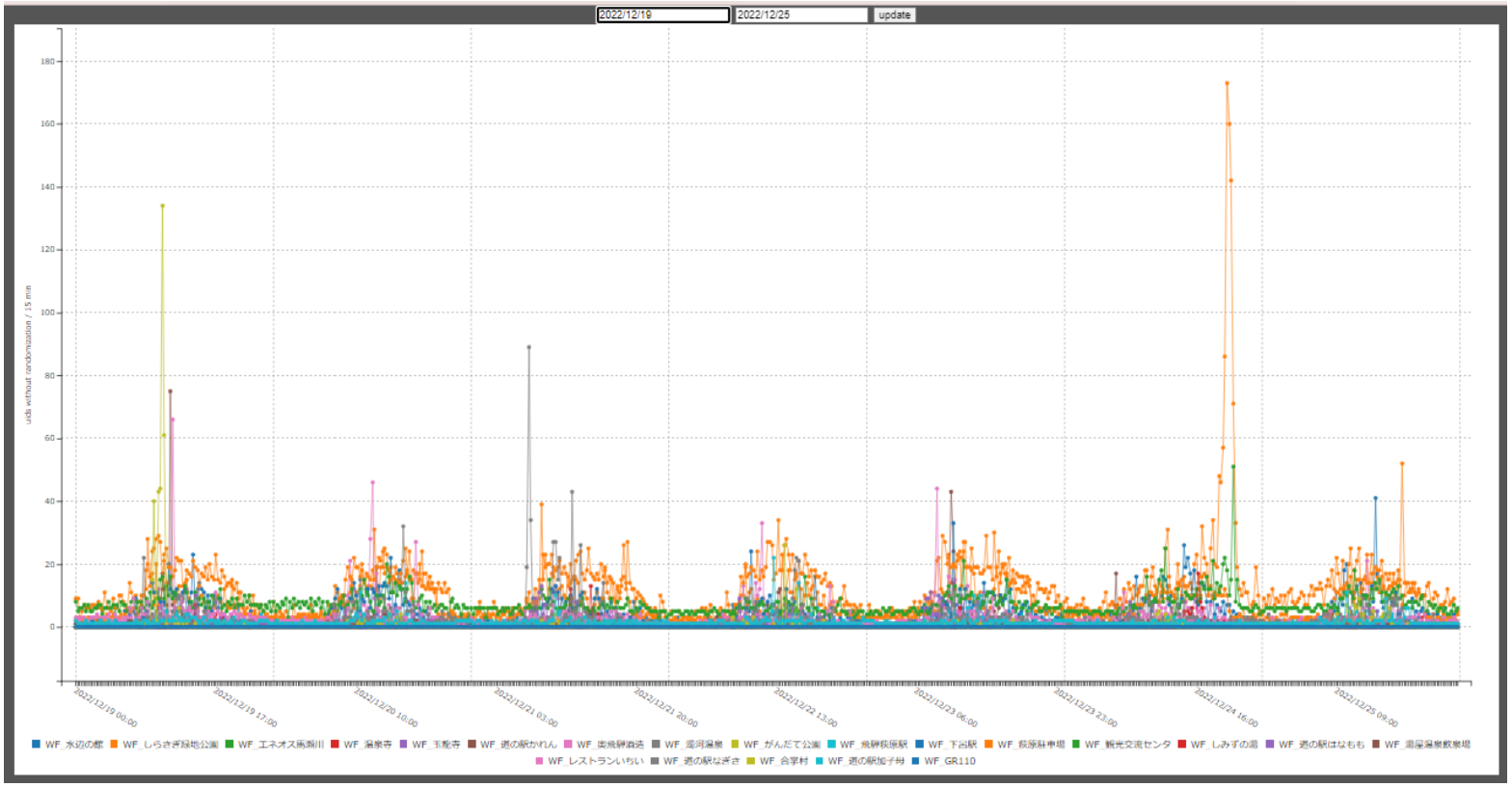
6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼取得データの表示（ID、パスワードによる閲覧）

⇒　『取得数推移（期間指定）：2022年12月19日（月）～12月25日（日）

特定の期間に対し、データ取得数がどのように変化しているかがグラフ表示されます。
どのタイミングで観光客の増減があるのかがわかります。



6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼取得データの表示（ID、パスワードによる閲覧）

⇒　『OD Table』　CSVダウンロード：2022年12月24日（土）

どの場所からどの場所へ移動したのかの流れが表で示されます。
人流の傾向が把握できます。

2022/12/24 all|場所	下呂駅	しらさぎ緑地公園	観光交流センタ	温泉寺	合掌村	道の駅かれん	奥飛騨酒造	玉龍寺	水辺の館	エネオス馬瀬川	飛騨萩原駅	萩原駐車場	レストランいちい	しみずの湯	道の駅はなもも	湯屋温泉飲泉場	がんだて公園	濁河温泉	道の駅なぎさ	道の駅加子母	域外	合計
下呂駅	0	76	13	0	5	0	14	0	0	4	4	7	5	0	0	0	0	0	1	1	353	483
しらさぎ緑地公園	48	0	128	0	3	1	5	0	0	0	1	4	4	0	0	0	0	0	0	2	391	587
観光交流センタ	14	133	0	1	7	0	2	0	0	0	1	6	5	0	0	0	0	0	0	0	122	291
温泉寺	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	4
合掌村	5	5	5	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	36	54
道の駅かれん	0	0	0	0	1	0	36	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	84	122
奥飛騨酒造	12	2	1	0	0	30	0	0	1	0	1	10	26	0	1	0	0	0	10	1	470	565
玉龍寺	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
水辺の館	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	6
エネオス馬瀬川	5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	48	60
飛騨萩原駅	11	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	23	14	0	0	0	0	0	0	0	132	182
萩原駐車場	6	1	4	1	1	0	13	0	0	3	27	0	61	0	1	0	0	0	13	2	354	487
レストランいちい	3	2	3	0	2	1	19	0	0	2	8	52	0	2	3	2	0	0	40	3	382	524
しみずの湯	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	6	0	0	0	0	0	0	0	37	44
道の駅はなもも	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	3	0	0	9	0	0	1	0	33	51
湯屋温泉飲泉場	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	8	0	0	0	0	0	29	39
がんだて公園	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
濁河温泉	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
道の駅なぎさ	2	0	0	0	1	0	14	0	0	0	1	14	18	2	1	0	0	0	0	1	200	254
道の駅加子母	5	0	2	0	0	1	3	0	0	0	0	5	4	0	1	0	0	0	2	0	121	144
域外	371	367	135	2	34	89	457	1	4	49	135	358	376	39	36	28	0	0	187	133	0	2,801
合計	483	587	291	4	54	122	565	1	6	60	182	487	524	44	51	39	0	0	254	144	2,801	6,699

6. 事業の成果

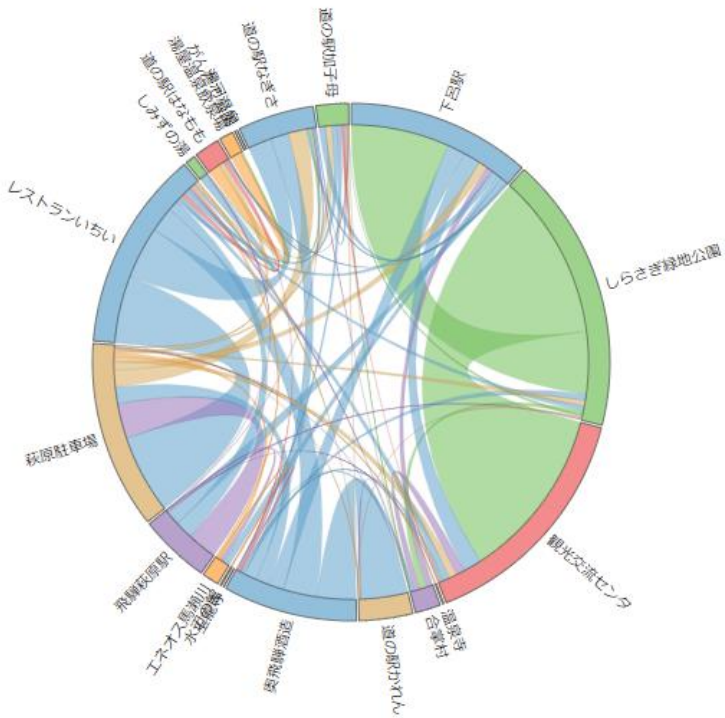
実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

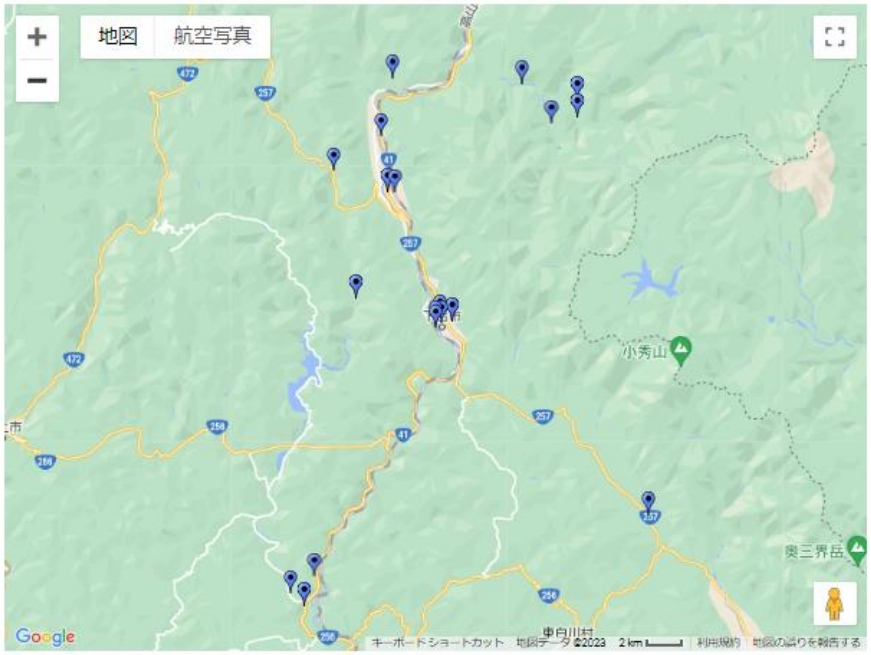
▼取得データの表示（ID、パスワードによる閲覧）

⇒　『弦グラフ（日次）』：2022年12月24日（土）

Chord Diagram　どの場所からどの場所へ移動したのかの流れがグラフと地図で示されます。

20221224　All　人流の傾向が把握できます。





6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

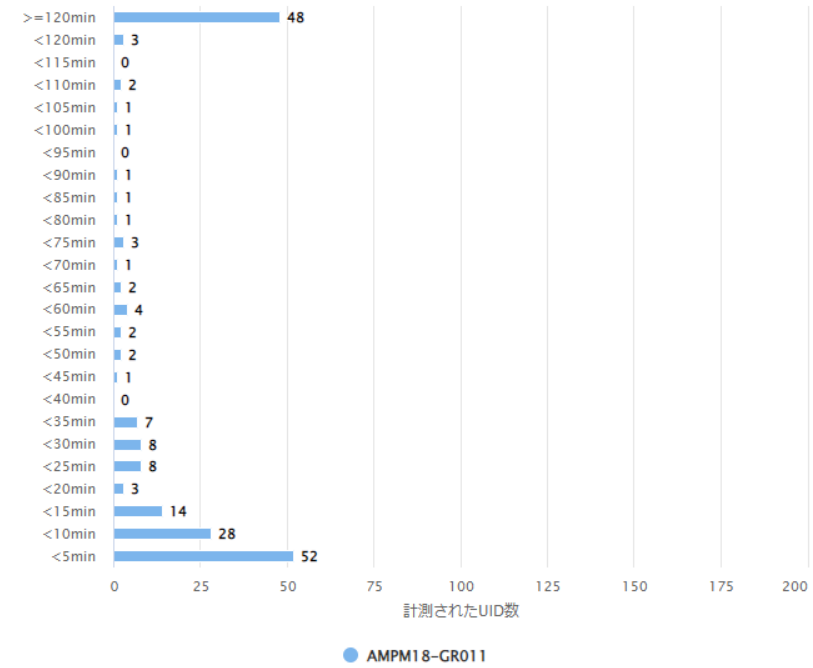
▼取得データの表示（ID、パスワードによる閲覧）

⇒　『設置地点別の滞在時間（日次）』：2022年12月24日（土）
観光地ごとの滞在時間が把握できます。
滞在時間の増減で、どういったイベントが響いているのかが把握できます。

下呂駅

2022/12/24　下呂駅　CSVダウンロード

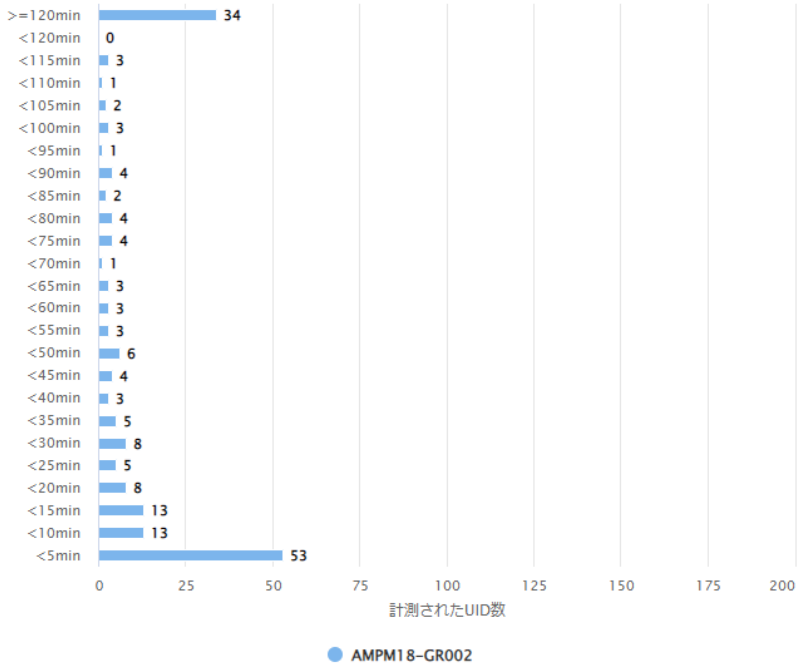
設置地点別の滞在時間（日次）



しらさぎ公園

2022/12/24　しらさぎ緑地公園　CSVダウンロード

設置地点別の滞在時間（日次）



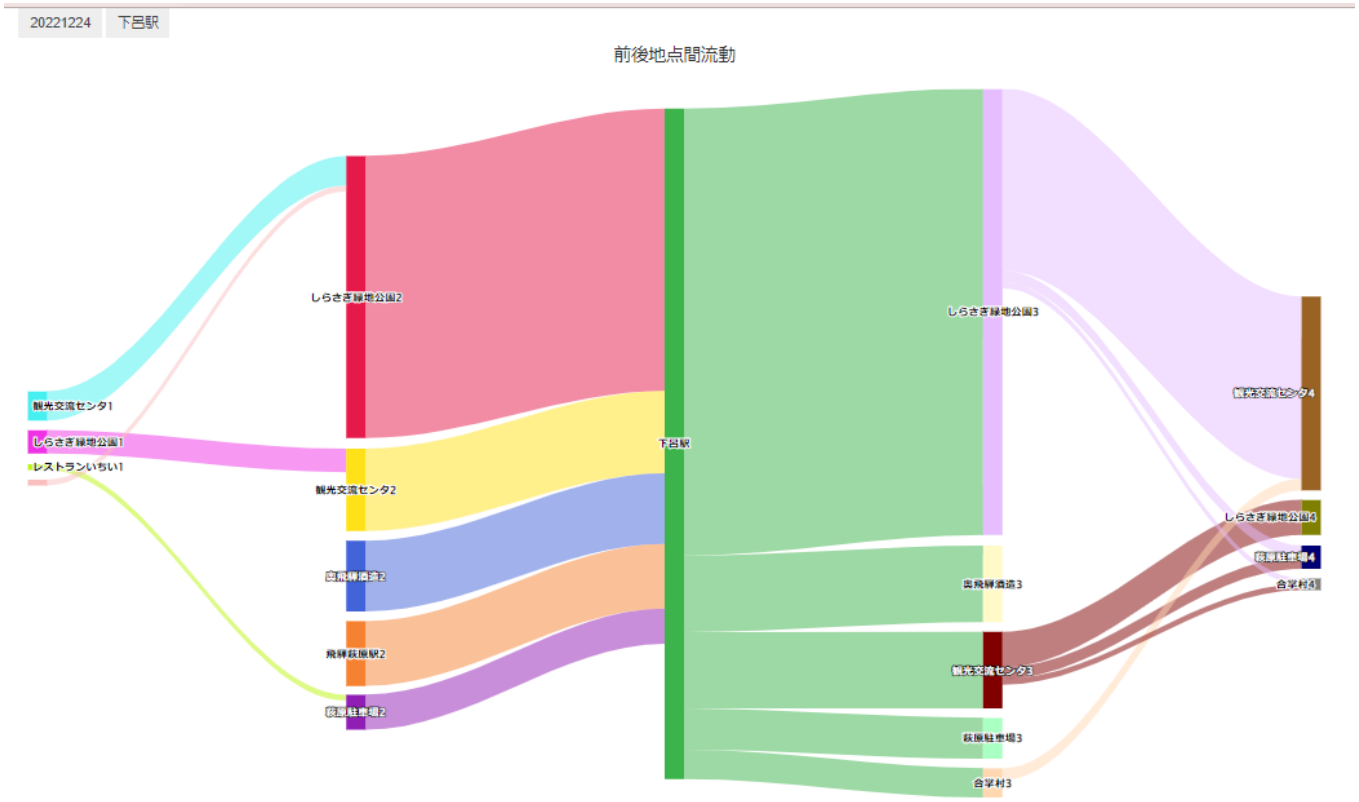
6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼取得データの表示（ID、パスワードによる閲覧）

⇒　『設置地点別の前後滞在地点間流動（日次）』：2022年12月24日（土）

どの場所からどの場所へ移動したのかの流れがグラフで示されます。
人流の傾向が把握できます。



6. 事業の成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

◆　上手くいった点とその要因

上手くいった点	要因（工夫した点など）
移動パターンの把握	観光施設だけでなく各エリア及びエリア外の主要ポイントに設置したことにより、複数施設の周遊状況（トリップチェーン＝軌跡）を把握することができた。 また、下呂駅に設置したことにより、鉄道での来訪者を推定（最初に下呂駅で観測）することができた。
日帰り・宿泊の把握	１週間分（月曜0時～日曜24時）のデータを分析することで、日帰りか宿泊かを把握することができた。

上手くいかなかった点とその要因

上手くいかなかった点	要因、改善点
センサ設置箇所	「②しらさぎ緑地公園」と「③下呂市観光交流センター」との距離が近かった（センサ間に障害物もほとんどなかった）ためか同時に観測される端末が多く発生し、これらのセンサの滞在時間の集計が上手くいかなかった。

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

◆　実証内容に対する成果

下呂市における産業連関表の作成（以下の１.～５.）を行い、「イベント・観光の波及効果」および「建築投資の波及効果」を算定するシステムの改修を行った。

1. 下呂市のコントロールトータル推計
2. 下呂市産業連関表の取引基本表の作成
3. 下呂市産業連関表の各種係数表の作成
4. 下呂市ー全国地域間産業連関表の取引基本表の作成
5. 下呂市ー全国地域間産業連関表の各種係数表の作成

以下の具体的取組の効果を検証し、今後、域内調達率向上への施策や取組の検討に活用する。

〇イベント・観光の波及効果

→　12月に実施された下呂温泉花火ミュージカル冬公演による波及効果を宿泊人数をもとに経済波及効果を算定した。

〇建築投資の波及効果

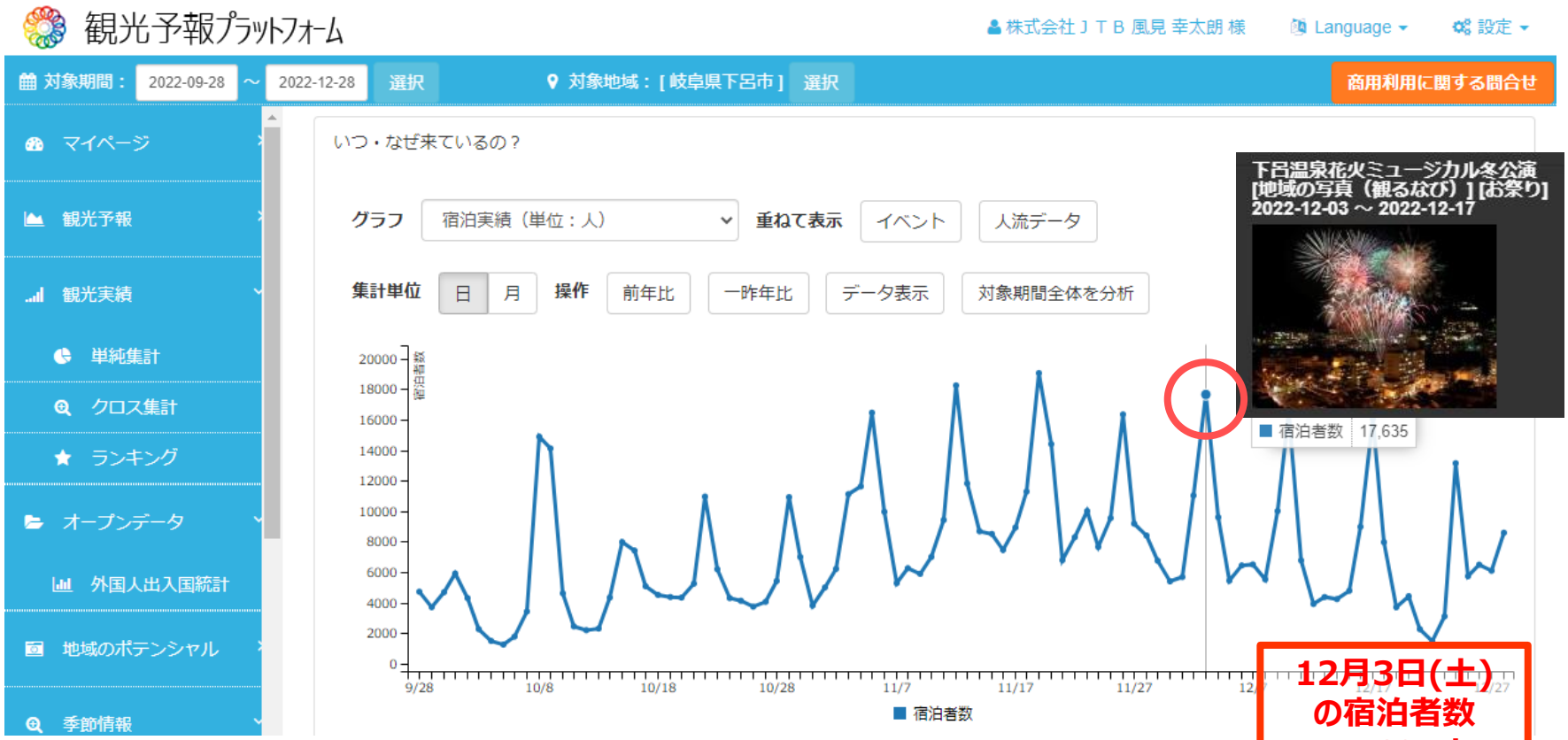
→　今年度の地域における建築投資（改修）を行った17施設の投資額をもとに経済波及効果を算定した。

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

◆　算定事例（イベント・観光の波及効果）

12月3日(土) 下呂温泉花火ミュージカル冬公演の初回開催日の宿泊者数の波及効果
※観光予報プラットフォームの観光実績データにより、下呂市全体の宿泊者数 17,635人



【出典：観光予報プラットフォーム（https://kankouyohou.com/）】

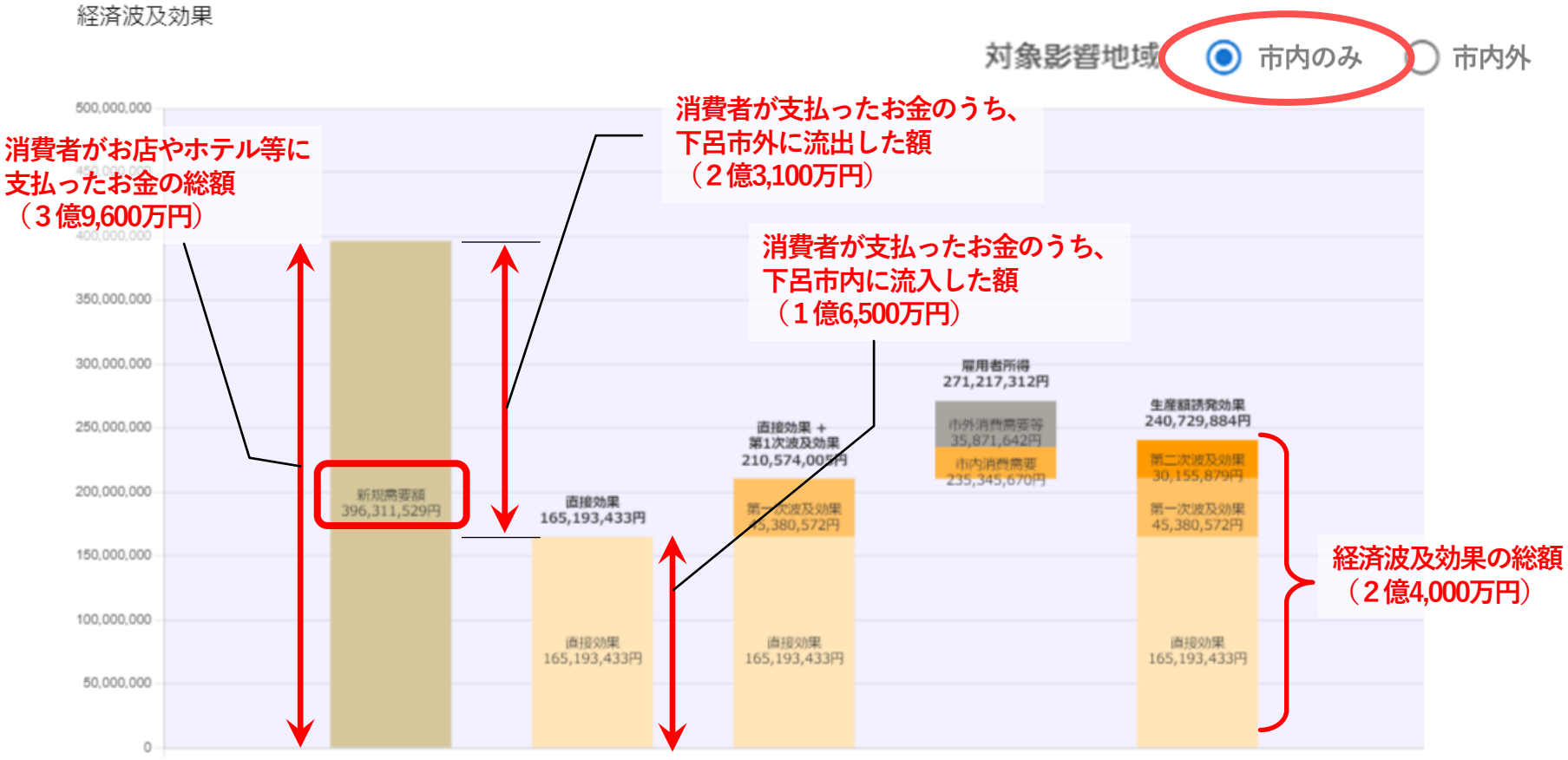
6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

〇対象影響地域を「市内のみ」とし、下呂市内の経済波及効果を表示



出典：下呂市版経済波及効果算定システム（国内地域間取引考慮）

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

〇対象影響地域を「市内のみ」とし、下呂市内の経済波及効果を表示

新規需要額	直接効果	第一次波及効果	直接効果＋第一次波及効果
396,311,529円	165,193,433円	45,380,572円	210,574,005円

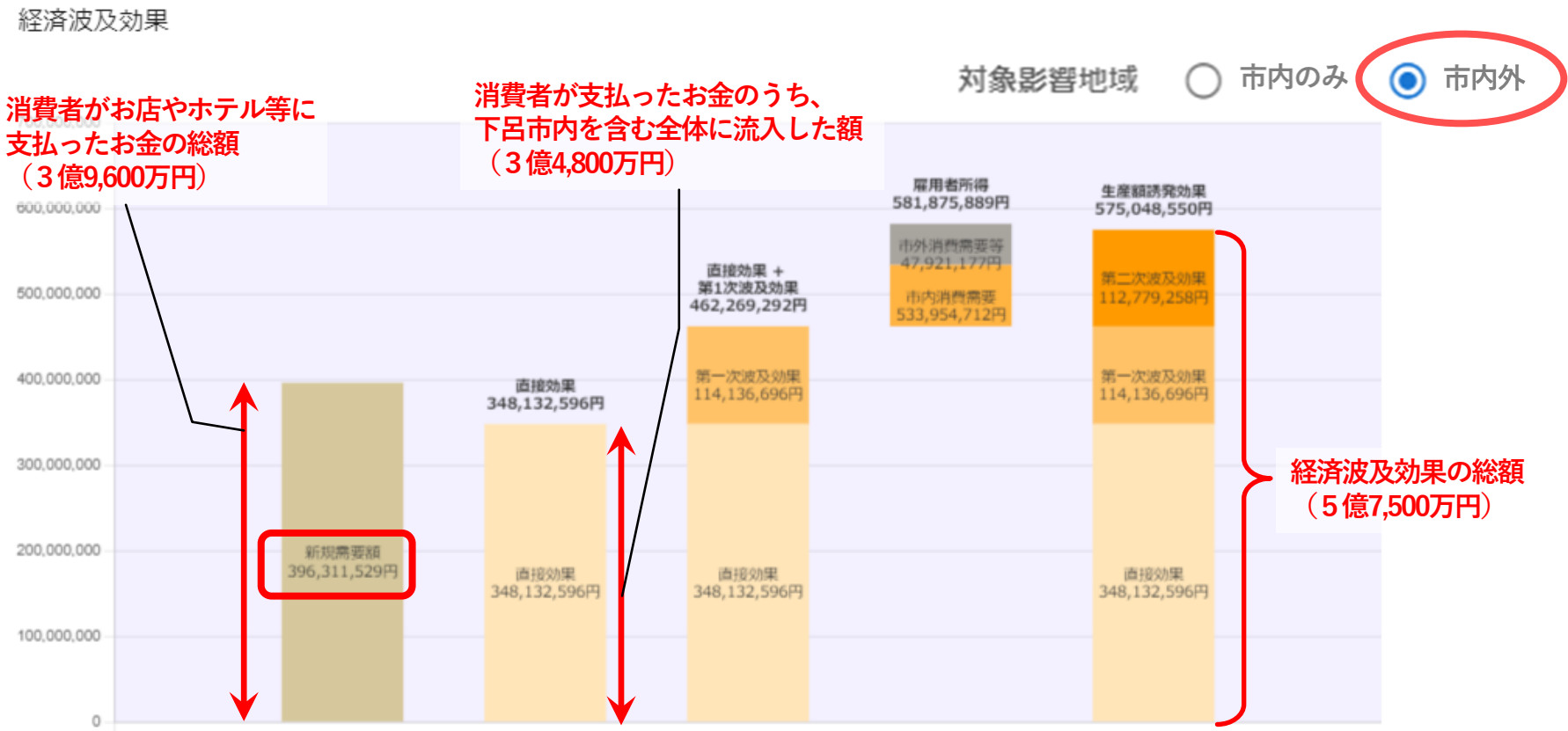
市外消費需要等	市内消費需要	雇用者所得
35,871,642円	24,771,665円	60,643,307円

直接効果	第一次波及効果	第二次波及効果	生産額誘発効果
165,193,433円	45,380,572円	30,155,879円	240,729,884円

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

〇対象影響地域を「市内外」とし、下呂市内を含む全体の経済波及効果を表示



出典：下呂市版経済波及効果算定システム（国内地域間取引考慮）

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

〇対象影響地域を「市内外」とし、下呂市内を含む全体の経済波及効果を表示

新規需要額	直接効果	第一次波及効果	直接効果＋第一次波及効果
396,311,529円	348,132,596円	114,136,696円	462,269,292円

市外消費需要等	市内消費需要	雇用者所得
47,921,177円	71,685,420円	119,606,597円

直接効果	第一次波及効果	第二次波及効果	生産額誘発効果
348,132,596円	114,136,696円	112,779,258円	575,048,550円

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

○「下呂市内」および「下呂市内外」の直接効果を産業ごとに比較。
「下呂市内」の直接効果に金額が記載されているものを黄色く網掛け。（下呂市内に存在する産業）

◆ 下呂市内の波及効果の詳細
（165,193,433円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
1	耕種農業	925,112	1,747,656
2	畜産	0	1,396,796
3	農業サービス	0	266,117
4	林業	0	164,482
5	漁業	1,648,951	973,952
6	石炭・原油・天然ガス	0	0
7	その他の鉱業	0	-106
8	食料品	6,348,304	4,048,907
9	飲料	0	922,547
10	飼料・有機質肥料（別掲を除く。）	0	0
11	たばこ	0	0
12	繊維工業製品	0	4,253
13	衣服・その他の繊維既製品	0	22,469
14	木材・木製品	0	125,731
15	家具・装備品	223,205	367,532
16	パルプ・紙・板紙・加工紙	0	6,629
17	紙加工品	0	12,107
18	印刷・製版・製本	171,430	165,628

◆ 下呂市内外の波及効果の詳細
（348,132,596円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
1	耕種農業	1,106,360	3,085,903
2	畜産	0	2,273,623
3	農業サービス	0	378,239
4	林業	0	189,700
5	漁業	1,648,951	1,272,619
6	石炭・原油・天然ガス	0	31,737
7	その他の鉱業	0	13,528
8	食料品	18,465,285	12,486,567
9	飲料	0	4,484,649
10	飼料・有機質肥料（別掲を除く。）	0	1,074,812
11	たばこ	0	0
12	繊維工業製品	0	124,600
13	衣服・その他の繊維既製品	1,177,292	161,395
14	木材・木製品	0	261,869
15	家具・装備品	223,205	428,234
16	パルプ・紙・板紙・加工紙	0	1,051,511
17	紙加工品	0	1,220,167
18	印刷・製版・製本	530,442	1,052,421

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

○「下呂市内」および「下呂市内外」の直接効果を産業ごとに比較。
「下呂市内」の直接効果に金額が記載されているものを黄色く網掛け。（下呂市内に存在する産業）

◆ 下呂市内の波及効果の詳細
（165,193,433円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
19	化学肥料	0	0
20	無機化学工業製品	0	0
21	石油化学系基礎製品	0	0
22	有機化学工業製品（石油化学系基礎製品・合成樹脂を除く。）	0	0
23	合成樹脂	0	0
24	化学繊維	0	0
25	医薬品	0	8,058
26	化学最終製品（医薬品を除く。）	0	0
27	石油製品	0	0
28	石炭製品	0	30,270
29	プラスチック製品	0	29,035
30	ゴム製品	0	183,404
31	なめし革・革製品・毛皮	0	4,316
32	ガラス・ガラス製品	0	2,219
33	セメント・セメント製品	0	103
34	陶磁器	0	106
35	その他の窯業・土石製品	0	3,539

◆ 下呂市内外の波及効果の詳細
（348,132,596円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
19	化学肥料	0	162,576
20	無機化学工業製品	0	249,709
21	石油化学系基礎製品	0	172,174
22	有機化学工業製品（石油化学系基礎製品・合成樹脂を除く。）	0	356,743
23	合成樹脂	0	195,269
24	化学繊維	11,351	22,459
25	医薬品	535,794	65,330
26	化学最終製品（医薬品を除く。）	0	731,103
27	石油製品	8,904,207	1,192,897
28	石炭製品	0	129,635
29	プラスチック製品	0	1,619,881
30	ゴム製品	0	245,793
31	なめし革・革製品・毛皮	0	11,666
32	ガラス・ガラス製品	761,775	139,450
33	セメント・セメント製品	0	26,693
34	陶磁器	0	91,161
35	その他の窯業・土石製品	0	71,871

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

○「下呂市内」および「下呂市内外」の直接効果を産業ごとに比較。
「下呂市内」の直接効果に金額が記載されているものを黄色く網掛け。（下呂市内に存在する産業）

◆ 下呂市内の波及効果の詳細
（165,193,433円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
36	銑鉄・粗鋼	0	145
37	鋼材	0	10,112
38	鋳鍛造品（鉄）	0	4,558
39	その他の鉄鋼製品	0	16,636
40	非鉄金属製錬・精製	0	3,041
41	非鉄金属加工製品	0	0
42	建設用・建築用金属製品	0	2,223
43	その他の金属製品	0	12,964
44	はん用機械	0	0
45	生産用機械	0	937
46	業務用機械	0	1,490
47	電子デバイス	0	1,317
48	その他の電子部品	0	41,633
49	産業用電気機器	0	9,303
50	民生用電気機器	0	0
51	電子応用装置・電気計測器	0	0
52	その他の電気機械	0	0
53	通信・映像・音響機器	0	0
54	電子計算機・同附属装置	0	0

◆ 下呂市内外の波及効果の詳細
（348,132,596円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
36	銑鉄・粗鋼	0	168,963
37	鋼材	0	271,943
38	鋳鍛造品（鉄）	0	23,377
39	その他の鉄鋼製品	0	86,935
40	非鉄金属製錬・精製	0	68,762
41	非鉄金属加工製品	0	154,726
42	建設用・建築用金属製品	0	62,138
43	その他の金属製品	0	765,217
44	はん用機械	0	79,940
45	生産用機械	0	74,933
46	業務用機械	0	76,991
47	電子デバイス	0	25,234
48	その他の電子部品	0	107,977
49	産業用電気機器	0	35,238
50	民生用電気機器	234,743	8,482
51	電子応用装置・電気計測器	0	1,713
52	その他の電気機械	0	25,890
53	通信・映像・音響機器	0	11,509
54	電子計算機・同附属装置	0	2,238

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

○「下呂市内」および「下呂市内外」の直接効果を産業ごとに比較。
「下呂市内」の直接効果に金額が記載されているものを黄色く網掛け。（下呂市内に存在する産業）

◆ 下呂市内の波及効果の詳細
（165,193,433円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
55	乗用車	0	0
56	その他の自動車	0	1,700
57	自動車部品・同附属品	0	11,078
58	船舶・同修理	0	0
59	その他の輸送機械・同修理	0	29,700
60	その他の製造工業製品	2,499	25,329
61	再生資源回収・加工処理	0	2
62	建築	0	0
63	建設補修	0	377,254
64	公共事業	0	0
65	その他の土木建設	0	0
66	電力	0	5,615,152
67	ガス・熱供給	0	1,393,214
68	水道	0	1,464,840
69	廃棄物処理	0	2,948,627
70	商業	20,919,337	4,675,356
71	金融・保険	0	1,132,799
72	不動産仲介及び賃貸	0	1,692,108
73	住宅賃貸料	0	0

◆ 下呂市内外の波及効果の詳細
（348,132,596円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
55	乗用車	0	0
56	その他の自動車	0	4,370
57	自動車部品・同附属品	0	267,230
58	船舶・同修理	0	42,523
59	その他の輸送機械・同修理	0	146,190
60	その他の製造工業製品	580,510	293,277
61	再生資源回収・加工処理	0	119,855
62	建築	0	0
63	建設補修	0	615,993
64	公共事業	0	0
65	その他の土木建設	0	0
66	電力	0	6,701,622
67	ガス・熱供給	0	2,147,723
68	水道	0	1,609,284
69	廃棄物処理	0	4,173,531
70	商業	20,919,337	13,697,955
71	金融・保険	0	3,331,439
72	不動産仲介及び賃貸	0	3,139,549
73	住宅賃貸料	0	0

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

○「下呂市内」および「下呂市内外」の直接効果を産業ごとに比較。
「下呂市内」の直接効果に金額が記載されているものを黄色く網掛け。（下呂市内に存在する産業）

◆ 下呂市内の波及効果の詳細
（165,193,433円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
74	住宅賃貸料（帰属家賃）	0	0
75	鉄道輸送	2,186,103	21,520
76	道路輸送（自家輸送を除く。）	12,572,229	1,296,271
77	自家輸送	-9,919,059	5,863,274
78	水運	0	0
79	航空輸送	0	0
80	貨物利用運送	215,142	23,548
81	倉庫	0	0
82	運輸附帯サービス	0	28,697
83	郵便・信書便	49,802	214,412
84	通信	0	293,357
85	放送	0	0
86	情報サービス	0	349,737
87	インターネット附随サービス	0	36,345
88	映像・音声・文字情報制作	0	13,515
89	公務	0	224,453
90	教育	0	50,319
91	研究	2,280,447	0
92	医療	0	0

◆ 下呂市内外の波及効果の詳細
（348,132,596円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
74	住宅賃貸料（帰属家賃）	0	0
75	鉄道輸送	45,029,894	608,881
76	道路輸送（自家輸送を除く。）	18,135,429	2,626,489
77	自家輸送	-9,919,059	6,596,108
78	水運	1,320,088	139,280
79	航空輸送	14,446,867	201,480
80	貨物利用運送	1,113,498	174,937
81	倉庫	238,389	414,129
82	運輸附帯サービス	87,699,642	4,632,309
83	郵便・信書便	49,802	284,751
84	通信	0	1,763,430
85	放送	0	1,140,361
86	情報サービス	0	2,290,282
87	インターネット附随サービス	0	594,187
88	映像・音声・文字情報制作	0	1,477,479
89	公務	0	311,192
90	教育	0	118,015
91	研究	2,280,447	0
92	医療	0	0

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

○「下呂市内」および「下呂市内外」の直接効果を産業ごとに比較。
「下呂市内」の直接効果に金額が記載されているものを黄色く網掛け。（下呂市内に存在する産業）

◆ 下呂市内の波及効果の詳細
（165,193,433円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
93	保健衛生	0	5,957
94	社会保険・社会福祉	0	0
95	介護	0	0
96	他に分類されない会員制団体	0	323,133
97	物品賃貸サービス	188,777	30,418
98	広告	0	0
99	自動車整備・機械修理	0	365,381
100	その他の対事業所サービス	0	2,787,908
101	宿泊業	65,884,773	0
102	飲食サービス	47,173,543	917,653
103	洗濯・理容・美容・浴場業	2,067,537	887,911
104	娯楽サービス	8,142,108	135,133
105	その他の対個人サービス	4,113,195	280,958
106	事務用品	0	428,286
107	分類不明	0	845,118

◆ 下呂市内外の波及効果の詳細
（348,132,596円の産業別の内訳）

	カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
93	保健衛生	0	34,227
94	社会保険・社会福祉	0	0
95	介護	0	0
96	他に分類されない会員制団体	0	412,329
97	物品賃貸サービス	5,257,192	1,216,893
98	広告	0	1,833,050
99	自動車整備・機械修理	0	1,120,906
100	その他の対事業所サービス	0	8,184,594
101	宿泊業	65,884,773	0
102	飲食サービス	47,173,543	1,281,261
103	洗濯・理容・美容・浴場業	2,067,537	898,293
104	娯楽サービス	8,142,108	323,136
105	その他の対個人サービス	4,113,195	318,394
106	事務用品	0	524,701
107	分類不明	0	1,196,864

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

○「下呂市内」に存在する産業（黄色の網掛け）のみを抽出、「下呂市内外」の直接効果と比較。

		カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
1	1	耕種農業	925,112	1,747,656
2	5	漁業	1,648,951	973,952
3	8	食料品	6,348,304	4,048,907
4	15	家具・装備品	223,205	367,532
5	18	印刷・製版・製本	171,430	165,628
6	60	その他の製造工業製品	2,499	25,329
7	70	商業	20,919,337	4,675,356
8	75	鉄道輸送	2,186,103	21,520
9	76	道路輸送（自家輸送を除く。）	12,572,229	1,296,271
10	80	貨物利用運送	215,142	23,548
11	83	郵便・信書便	49,802	214,412
12	91	研究	2,280,447	0
13	97	物品賃貸サービス	188,777	30,418
14	101	宿泊業	65,884,773	0
15	102	飲食サービス	47,173,543	917,653
16	103	洗濯・理容・美容・浴場業	2,067,537	887,911
17	104	娯楽サービス	8,142,108	135,133
18	105	その他の対個人サービス	4,113,195	280,958

		カテゴリー	直接効果	第一次波及効果
1	1	耕種農業	1,106,360	3,085,903
2	5	漁業	1,648,951	1,272,619
3	8	食料品	18,465,285	12,486,567
4	15	家具・装備品	223,205	428,234
5	18	印刷・製版・製本	530,442	1,052,421
6	60	その他の製造工業製品	580,510	293,277
7	70	商業	20,919,337	13,697,955
8	75	鉄道輸送	45,029,894	608,881
9	76	道路輸送（自家輸送を除く。）	18,135,429	2,626,489
10	80	貨物利用運送	1,113,498	174,937
11	83	郵便・信書便	49,802	284,751
12	91	研究	2,280,447	0
13	97	物品賃貸サービス	5,257,192	1,216,893
14	101	宿泊業	65,884,773	0
15	102	飲食サービス	47,173,543	1,281,261
16	103	洗濯・理容・美容・浴場業	2,067,537	898,293
17	104	娯楽サービス	8,142,108	323,136
18	105	その他の対個人サービス	4,113,195	318,394

下呂市内に存在する産業：以下の18産業

「耕種農業」、「漁業」、「食料品」、「家具・装備品」、「印刷・製版・製本」、「その他の製造工業製品」、「商業」、「鉄道輸送」、「道路輸送（自家輸送を除く。）」、「貨物利用運送」、「郵便・信書便」、「研究」、「物品賃貸サービス」、「宿泊業」、「飲食サービス」、「洗濯・理容・美容・浴場業」、「娯楽サービス」、「その他の対個人サービス」

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

○「下呂市内」の自給率を算出し、域内調達率を効果的に向上させられる産業を考察。

カテゴリー	下呂市内の直接効果	下呂市内外の直接効果	直接効果の差	自給率	域内調達率の向上に向けて
耕種農業	925,112	1,106,360	181,248	83.6%	維持
漁業	1,648,951	1,648,951	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
食料品	6,348,304	18,465,285	12,116,981	34.4%	長期的に検討
家具・装備品	223,205	223,205	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
印刷・製版・製本	171,430	530,442	359,012	32.3%	長期的に検討
その他の製造工業製品	2,499	580,510	578,011	0.4%	下呂の産業としては脆弱
商業	20,919,337	20,919,337	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
鉄道輸送	2,186,103	45,029,894	42,843,791	4.9%	下呂の産業としては脆弱
道路輸送（自家輸送を除く。）	12,572,229	18,135,429	5,563,200	69.3%	ターゲット
貨物利用運送	215,142	1,113,498	898,356	19.3%	下呂の産業としては脆弱
郵便・信書便	49,802	49,802	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
研究	2,280,447	2,280,447	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
物品賃貸サービス	188,777	5,257,192	5,068,415	3.6%	下呂の産業としては脆弱
宿泊業	65,884,773	65,884,773	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
飲食サービス	47,173,543	47,173,543	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
洗濯・理容・美容・浴場業	2,067,537	2,067,537	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
娯楽サービス	8,142,108	8,142,108	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%
その他の対個人サービス	4,113,195	4,113,195	0	100.0%	下呂市内の域内調達率100%

維持(80%以上)
「耕種農業」

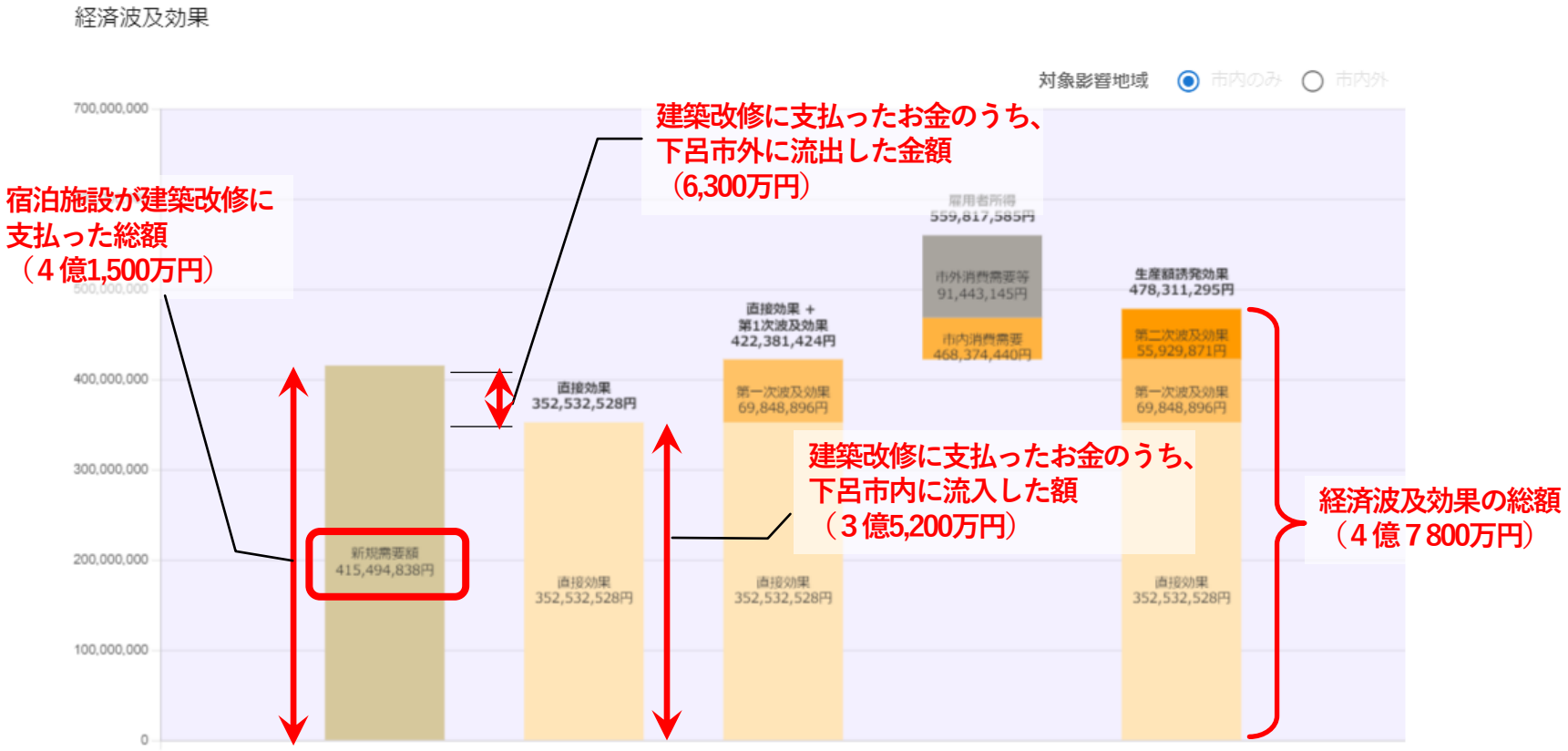
ターゲット(60～80%)
「道路輸送（自家輸送を除く。）」

長期的に検討(60%未満)
「食料品」「印刷・製版・製本」

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

〇地域17施設の建築投資額のうち、下呂市内の建設会社に発注した約４億1,500万円の経済波及効果



出典：下呂市版経済波及効果算定システム（建設投資用、国内地域間取引考慮）

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

〇地域17施設の建築投資額のうち、下呂市内の建設会社に発注した約４億1,500万円の経済波及効果

新規需要額	直接効果	第一次波及効果	直接効果＋第一次波及効果
415,494,838円	352,532,528円	69,848,896円	422,381,424円

市外消費需要等	市内消費需要	雇用者所得
91,443,145円	45,993,016円	137,436,161円

直接効果	第一次波及効果	第二次波及効果	生産額誘発効果
352,532,528円	69,848,896円	55,929,871円	478,311,295円

6. 事業の成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

◆　上手くいった点とその要因

上手くいった点	要因（工夫した点など）
産業連関表の作成	これまで下呂市内の各産業間の結びつき（連関）を把握することはできなかったが、下呂市の産業連関表を作成することにより、数値としてその把握が可能となった。
対象影響地域の設定	対象影響地域を「市内のみ」「市内外」の２種類を設定したことにより、下呂市内の場合と域内調達率100％の場合のそれぞれの直接効果や経済波及効果を算定・比較できるようにした。今後、域内調達率を100％まで向上させた場合の最大効果を把握できる。
イベント・観光の経済波及効果の人数または金額による算定	簡易的な経済波及効果は人数（日帰り人数、宿泊者数）により算定でき、産業中分類ごとの金額を把握することにより、精度の高い経済波及効果の算定を行えるようにした。
建築投資の経済波及効果の算定	コロナ禍ということで、地域内の建築投資（改修）が多いことが分かり、建築投資の経済波及効果を算定する仕組みを整えた。建築投資（改修）はイベント・観光と比較すると、直接効果で203％、経済波及効果で190％と高い効果を示すことが分かったため、今後、イベント・観光だけでなく、建築投資においても域内調達率を向上させることが下呂市にとって重要であることが数値として把握できた。

◆　上手くいかなかった点とその要因

上手くいかなかった点	要因、改善点
	特になし

6. 事業の成果

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

◆　実証内容に対する成果

〇下呂市全体の宿泊者データの取込・表示
宿泊データ分析システムを改修し、下呂温泉街のシステムカバー率100%を実現する。

→　12月末に2022年4月～11月分まで、未参画の28施設分のデータを取込済み。
システムカバー率100%を実現する仕組自体の構築は完了した。

	10月	11月	12月	1月	目標数値
達成数値(%)	41.7% (20/48)	41.7% (20/48)	41.7% (20/48)	100% (48/48)	100%
進捗率(%)	0%	0%	0%	100%	100%

〇先予約の表示による受入のマーケティング・マネジメント
宿泊施設を対象に、12月15日(木)に説明会を実施し、先予約のデータの作成・提出方法について、説明会を行った。

→　運用は次回のデータ収集（１月上旬）より開始予定。
参画施設にはこれまでの過去１か月分の実績データに加え、先行３か月分の予約データを含めて提出していただく。
参画施設から詳細の先予約データが登録されることにより、ダッシュボード画面で、地域の今後の需要予測の可視化ができ、地域として取るべき対策の検討材料に活用できる。

6. 事業の成果

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

〇下呂市全体の宿泊者データの取込・表示

◆　上手くいった点とその要因

上手くいった点	要因（工夫した点など）
データの表示方 （日別表示可能）	下呂市役所へ月次データのみを提出している施設について、詳細を提出いただいている宿泊施設の地域の割合にて、月次データを日別データに割り振りを行ったことにより、各データ項目が日別に閲覧できるようになった。それにより、月別データのみを提供した宿泊施設においても、日別に閲覧をすることで、より細かい分析が可能となり、戦略立案に役立てられるようにした。
参画施設の増加	下呂温泉街48施設の宿泊統計表をシステムに取り入れることにより、未参画施設は何をしなくても、ID/PWを付与することにより、システム上で自施設や地域データの閲覧ができるようになった。これにより、データの利活用に少しずつ興味をもってもらい、参画施設の増加に繋げられた。12月15日(木)の説明会以降、５事業者からの参画希望があった。

◆　上手くいかなかった点とその要因

上手くいかなかった点	要因、改善点
活用および検証	システム改修後、地域の宿泊事業者に対する説明会を12月15日(木)に開催した。その後、すぐに年末年始の繁忙期になってしまったため、各事業者のデータ登録が遅れたこともあり、十分な活用および検証ができなかった。今後のデータの登録・蓄積により、各宿泊施設や地域での活用を進めていく。

6. 事業の成果

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

〇先予約の表示による受入のマーケティング・マネジメント

◆　上手くいった点とその要因

上手くいった点	要因（工夫した点など）
宿泊予測の表示	３カ月先まで宿泊予測ができるようになり、宿泊事業者だけでなく、地域としても、その状況により、事前に打ち手の検討に繋げられるようになった。また、宿泊予測により、各宿泊事業者は宿泊料金の設定や最適なスタッフの人員配置、食材の仕入れ等に活用できるようになった。
データ収集方法の簡素化	PMS/サイトコントローラーからの自動連携をする場合は宿泊事業者は何も行う必要はなく、飛騨コンピュータサービスからのテンプレート生成機能を利用する場合も宿泊事業者の手間を増やさずに収集できるように改修を行った。

◆　上手くいかなかった点とその要因

上手くいかなかった点	要因、改善点
活用および検証	システム改修後、地域の宿泊事業者に対する説明会を12月15日(木)に開催した。その後、すぐに年末年始の繁忙期になってしまったため、各事業者のデータ登録が遅れたこともあり、十分な活用および検証ができなかった。今後のデータの登録・蓄積により、各宿泊施設や地域での活用を進めていく。

7. 事業で得られた成果

実証事業全体での成果

- スマートシティモードの導入、イベント情報の効果的な発信やインフルエンサーを活用したプロモーションにより、下呂市全域での滞在と周遊の促進を実施できた。
- その効果分析及びより効果的なプロモーション検討を実行すべく滞在時間の把握および人流分析を行い傾向を把握できた。今後の市内広域周遊による永続可能な地域活性化に向けて、得られた情報の活用方法を発展させる。
- 観光による経済波及効果の見える化システムを実現することができた。
- 年間宿泊者をコロナ以前に回復するベースを築くことができた。

7. 事業で得られた成果

実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

◆　技術やツールを用いて解決した課題

スマートシティモードの導入で地域情報の発信を刺激

下呂温泉エリアを起点とする周辺４エリアの観光情報をジョルテカレンダーとの連携により一元化。加えてSNSや各種情報サイトと異なり、一括で経路検索までを実現したことで、長距離移動に加え、域内での回遊性の向上を図った。

スマートシティカレンダーにイベント情報や地域の魅力の掲載より集客UP

スマートシティモード内に連携しているスマートシティカレンダーで市民目線の地域情報を投稿できる新感覚カレンダーを提供。ユーザー目線で使いやすい仕様にすることで幅広い年齢層に活用していただくとともに、イベント情報や地域の魅力の掲載により期間中の集客にも繋がった。

※地域住民、観光協会、商工会などをはじめ、地域発信の情報露出を目的とした、市民投稿型の地域カレンダー

7. 事業で得られた成果

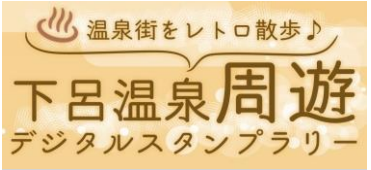
実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

◆　事業目標に対する成果

スマートシティ内にスタンプラリー機能を設け、情報発信に加え、域内移動のインセンティブ効果により、回遊を促進。結果的に宿泊施設を中心とした屋外移動を刺激。宿泊期間＝地域滞在時間を「使い方、巡り方」を有効化することで、地域開拓を刺激し、活性化を図った。
なお、イベントPVデータやスタンプラリー利用データより、どの場所に興味があるのか、ユーザーの趣向やどこを回遊したのか以下のとおり把握することができた。

カレンダー・MAPの上位PV順位

順位	10月 イベント名	11月 イベント名	12月 イベント名
1位	【下呂】下呂温泉いでゆ朝市	【下呂】下呂温泉いでゆ朝市	【合掌村】下呂温泉合掌村 新春鏡開き
2位	【下呂】下呂温泉謝肉祭	【下呂】下呂温泉花火ミュージカル冬公演	【下呂】下呂温泉花火ミュージカル冬公演 （クリスマス特別公演）
3位	【金山】金山巨石群 太陽の観測会	OGAWAYA かなれ （牛串焼き、焼きまんじゅう）	【下呂】キャンドルイルミネーションin下呂温泉 (LOVE&PEACE)



順位	エリア
1位	美肌美人スイーツ
2位	駅前エリア
3位	温泉街中心エリア
4位	合掌村エリア

・10月～12月に開催されたイベントの上位３項目より、３か月間の首位は合掌村周辺で行われるイベントが人気であることが分かる。所感として、どの地域でも花火・イルミネーション等の「夜の光演出系」は人気が高く、今回の結果はスマートフォン施策であることから、20代後半～40代後半の、いわゆる富裕層高齢者ではない層の人気が、上記に付随すると分析する。

・スタンプラリーのデータ分析より、PV獲得数が最も高かったのが「美肌美人スイーツ」、次いで「駅前エリア」、「温泉中心エリア」、「合掌村エリア」の順となった。下呂駅到着後に分かりやすい、駅周辺エリアのスタンプとスイーツのスタンプが多く、とりわけ女性・カップルの利用傾向が高いことが伺える。

7. 事業で得られた成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

◆　成果の分析・評価

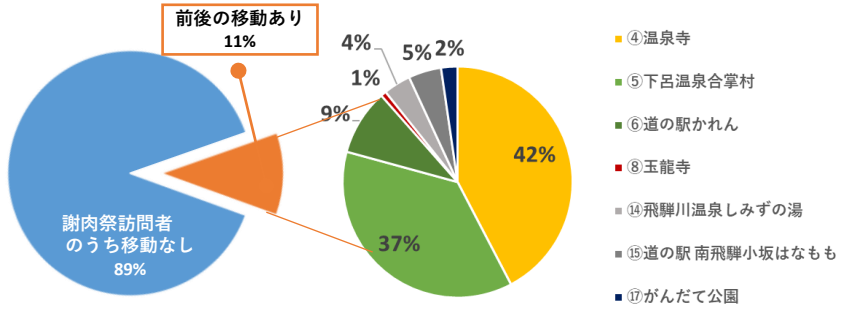
▼　イベント前後の移動分析

謝肉祭 前後の移動10/23(日) 9:30～14:00

設置箇所	AMAC数	構成比①	構成比②
④温泉寺	55	44%	5%
⑤下呂温泉合掌村	48	39%	5%
⑥道の駅かれん	12	10%	1%
⑧玉龍寺	1	1%	0.1%
⑭飛騨川温泉しみずの湯	5	4%	0.5%
⑮道の駅 南飛騨小坂はなもも	6	5%	0.6%
⑰がんだて公園	3	2%	0.3%
謝肉祭前後の移動あり	124	100%	12%
謝肉祭訪問者	1,013		100%

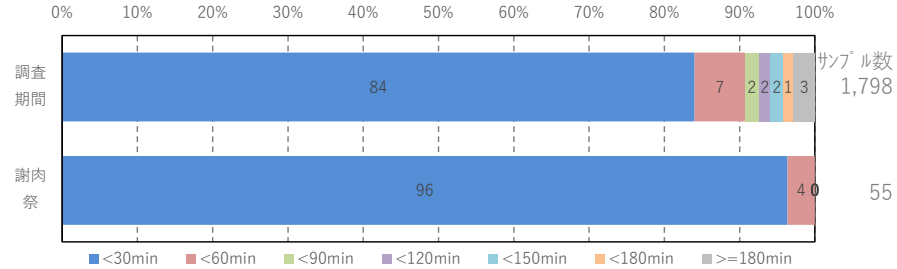
注１：訪問者は、謝肉祭開催時間に「②しらさぎ緑地公園」又は「③下呂市観光交流センター」のセンサで観測されたAMAC数
注２：複数施設で取得された場合はそれぞれの施設でカウント
注３：前後の移動は開催日に限る
注４：構成比①の母数は前後の移動あり、構成比②の母数は訪問者

■　謝肉祭 前後の移動データ内訳グラフ

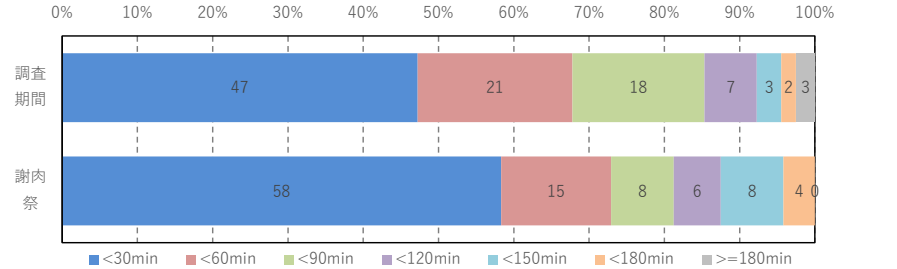


謝肉祭 前後の訪問施設の滞在時間

④温泉寺



⑤下呂温泉合掌村



○ 謝肉祭前後に訪問実績が多い「④温泉寺」と「⑤下呂温泉合掌村」の滞在時間を調査期間全体と謝肉祭当日で比較すると、いずれの施設も謝肉祭当日の方が滞在時間30分未満（短時間滞在）の割合が高い。

7. 事業で得られた成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

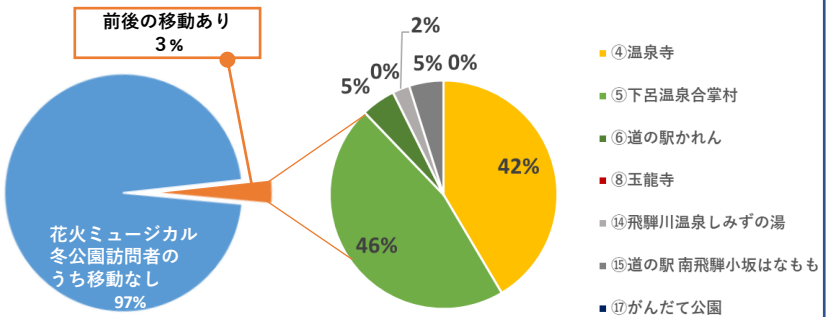
▼　イベント前後の移動分析

花火ミュージカル冬公演 前後の移動12/3(土)，10(土)，17(土) 20:00～20:15，12/24(土) 20:00～20:30

	花火 当日			花火 翌日		
設置箇所	AMAC数	構成比①	構成比②	AMAC数	構成比①	構成比②
④温泉寺	27	43%	1%	11	21%	0.6%
⑤下呂温泉合掌村	29	46%	2%	31	59%	2%
⑥道の駅かれん	3	5%	0.2%	6	11%	0.3%
⑧玉龍寺	0	0%	0%	0	0%	0%
⑨フィッシングセンター水辺の館	0	0%	0%	1	2%	0.1%
⑭飛騨川温泉しみずの湯	1	2%	0.1%	0	0%	0%
⑮道の駅 南飛騨小坂はなもも	3	5%	0.2%	4	8%	0.2%
⑯湯屋温泉飲泉場	2	3%	0.1%	2	4%	0.1%
⑰がんだて公園	0	0%	0%	2	4%	0.1%
花火前後の移動あり	63	100%	3%	53	100%	3%
花火訪問者	1,980		100%			100%

注５：訪問者は、花火開催時間に「②しらさぎ緑地公園」又は「③下呂市観光交流センター」のセンサで観測されたAMAC数
注６：複数施設で取得された場合はそれぞれの施設でカウント
注７：前後の移動は開催日に限る　　注８：構成比①の母数は前後の移動あり、構成比②の母数は訪問者

■　花火ミュージカル冬公園 前後の移動データ内訳グラフ



◆ 花火当日の訪問先は「④温泉寺」や「⑤下呂温泉合掌村」が多い。

◆ 花火翌日の訪問先は前日にはなかった「①フィッシングセンター水辺の館（馬瀬）」や「⑮がんだて公園(小坂)」といったエリアまで広がっている。

◆ 「⑤下呂温泉合掌村」は翌日の方が多く、「④温泉寺」は前日の方が多い

7. 事業で得られた成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼紅葉期間の移動分析

紅葉期間中に温泉寺を訪問した人の前後の移動（日帰りのみ）

	紅葉期間			紅葉期間以外		
設置箇所	AMAC数	構成比①	構成比②	AMAC数	構成比①	構成比②
⑤下呂温泉合掌村	102	78%	2%	124	83%	3%
⑥道の駅かれん	13	10%	0.3%	18	12%	0.5%
⑧玉龍寺	8	6%	0.2%	1	0.7%	0.0%
⑨フィッシングセンター水辺の館	0	0%	0%	0	0%	0%
⑭飛騨川温泉しみずの湯	1	0.8%	0.0%	0	0%	0%
⑮道の駅 南飛騨小坂はなもも	14	11%	0.3%	5	3%	0.1%
⑯湯屋温泉飲泉場	1	0.8%	0.0%	1	0.7%	0.0%
⑰がんだて公園	11	8%	0.2%	7	5%	0.2%
温泉寺 前後移動あり	131	100%	3%	149	100%	4%
温泉寺 来訪者	4,488		100%	3,669		100%

注１：紅葉期間は2022/10/31(月)～2022/11/27(日)とした
注２：複数施設で取得された場合はそれぞれの施設でカウント
注３：構成比①の母数は移動あり、構成比②の母数は温泉寺来訪者

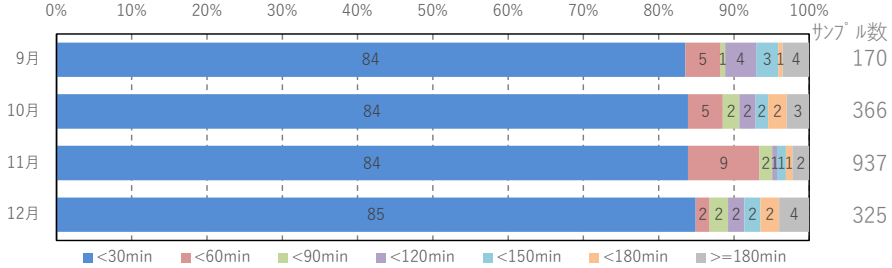
◆温泉寺を訪問した人の前後移動先をみると、
紅葉期間中はそれ以外の期間に比べ
「⑧玉龍寺(金山)」
「⑮道の駅南飛騨温泉小坂はなもも(小坂)」
「⑰がんだて公園(小坂)」
も訪問する割合が高くなっている。

7. 事業で得られた成果

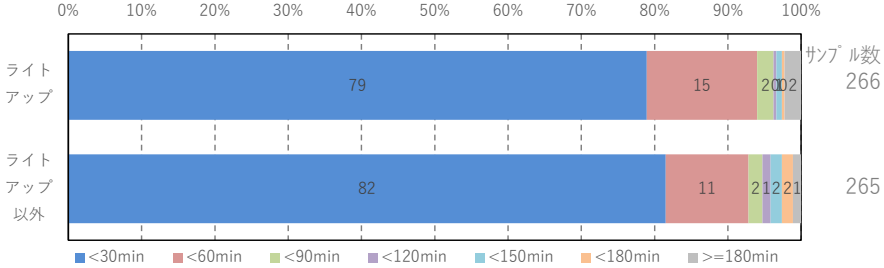
実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼温泉寺の滞在時間分析

温泉寺の月別滞在時間



温泉寺ライトアップ期間中の滞在時間



注１：温泉寺ライトアップ期間は2022/11/11(金)～2022/11/20(日)
注２：「ライトアップ」は16:00～21:00に訪問、「ライトアップ以外」はそれ以外の時間帯に訪問

◆温泉寺の月別滞在時間は11月が30分以上60分未満の割合が高くなっている。
⇒ライトアップによって滞在時間が長くなっていると考えられる。

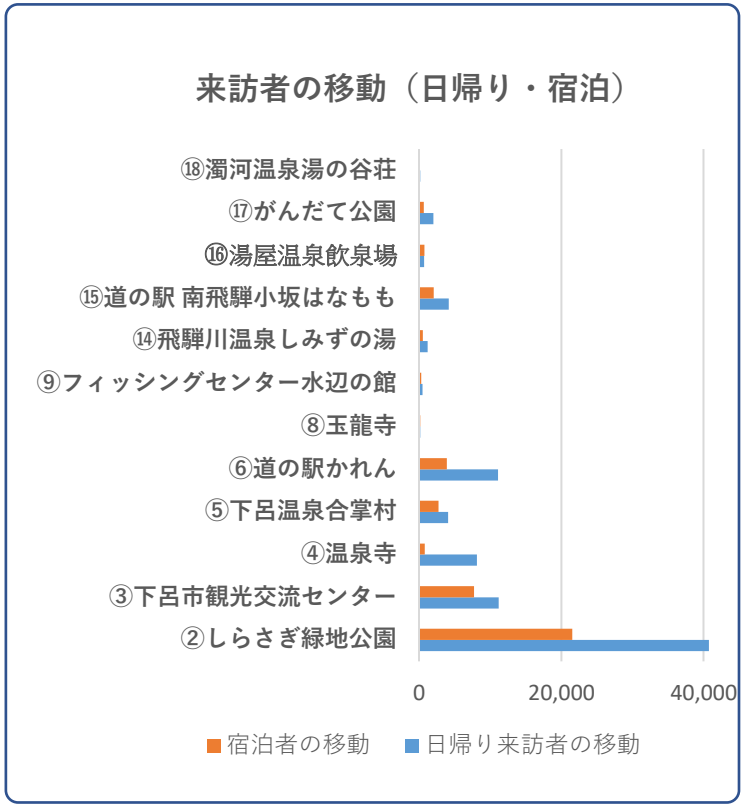
◆ライトアップの時間帯とそれ以外の時間帯での滞在時間を比較すると、ライトアップ時間帯（16:00～21:00）に訪問した人の方が滞在時間が伸びる傾向が認められる（30分以上60分未満の割合がより高くなっている）。

7. 事業で得られた成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼その他の移動分析

	日帰り来訪者の移動		宿泊者の移動	
設置箇所	AMAC数	構成比	AMAC数	構成比
②しらさぎ緑地公園	40,780	64%	21,540	72%
③下呂市観光交流センター	11,192	18%	7,732	26%
④温泉寺	8,157	13%	816	3%
⑤下呂温泉合掌村	4,078	6%	2,753	9%
⑥道の駅かれん	11,127	17%	3,914	13%
⑧玉龍寺	196	0.30%	164	0.50%
⑨フィッシングセンター水辺の館	514	0.80%	309	1%
⑭飛騨川温泉しみずの湯	1,199	2%	550	2%
⑮道の駅 南飛騨小坂はなもも	4,160	7%	2,084	7%
⑯湯屋温泉飲泉場	699	1%	756	3%
⑰がんだて公園	2,010	3%	686	2%
⑱濁河温泉湯の谷荘	163	0.30%	102	0.30%
日帰り来訪者	63,843	100%	29,883	100%



注１：観測が1日のみ、かつ上記施設で1か所以上の場合、日帰り来訪者と想定
注２：複数施設で取得された場合はそれぞれの施設でカウント
注３：観測が複数日（連続）、かつ上記施設で1か所以上の場合、宿泊者と想定
（施設従業者等も含まれる可能性あり）
注４：複数施設で取得された場合はそれぞれの施設でカウント

7. 事業で得られた成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

▼その他の移動分析

鉄道来訪者の移動

設置箇所	AMAC数	構成比①	構成比②
②しらさぎ緑地公園	12,379	82%	33%
③下呂市観光交流センター	4,743	32%	13%
④温泉寺	653	4%	2%
⑤下呂温泉合掌村	1,763	12%	5%
⑥道の駅かれん	691	5%	2%
⑧玉龍寺	35	0.2%	0.1%
⑨フィッシングセンター水辺の館	55	0.4%	0.1%
⑭飛騨川温泉しみずの湯	90	0.6%	0.2%
⑮道の駅 南飛騨小坂はなもも	353	2%	1%
⑯湯屋温泉飲泉場	60	0.4%	0.2%
⑰がんだて公園	197	1%	0.5%
⑱濁河温泉湯の谷荘	1	0.0%	0.0%
移動あり（下呂駅以外の観測あり）	15,096	100%	41%
鉄道来訪者	37,096		100%

注１：観測されたセンサの最初又は最後が「①下呂駅」の場合を鉄道来訪者と想定
注２：複数施設で取得された場合はそれぞれの施設でカウント
注３：構成比①の母数は移動あり、構成比②の母数は鉄道来訪者

7. 事業で得られた成果

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

◆ 技術やツールを用いて解決した課題

- ◆ 観光施設及び主要ポイントにセンサを設置することにより、エリア内での移動状況を把握することができた。
- ◆ 各センサでの最初と最後の観測時間から滞在時間を計測し、観光施設ごとの滞在状況や月別の滞在状況を比較することができた。
- ◆ １週間の観測データから日帰りか宿泊かを推定し、それぞれの移動（訪問施設）の違いを把握することができた。

今後は、プロモーションやイベント前後の取得数や滞在時間などを比較することにより、各プロモーションやイベントで期待した効果（来訪者数の増加、滞在時間の延長、他施設とセットで来訪など）が発現しているかを把握するために活用していくことが望ましい。
（効果の発現が確認できたプロモーションやイベントは引き続き実施、効果があまり発現しなかったものは改善）

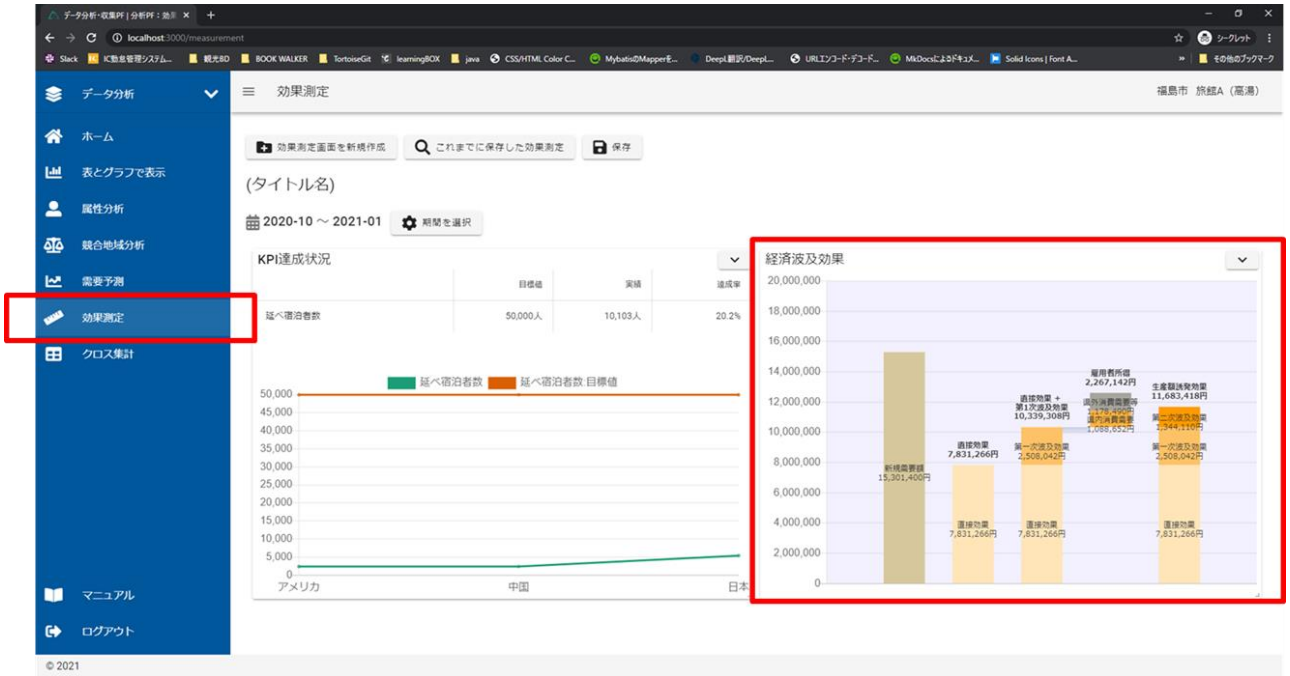
7. 事業で得られた成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

◆　成果の分析・評価

下呂の観光産業の「イベント・観光」又は「建築投資」により、地域内外の他の産業にどれだけ経済波及効果を与えているのかを把握できた。

１月末に観光だより（3カ月に１回発行、新聞折込）にて、下呂市民に産業連関表に関する取組を周知する。また、下呂温泉観光協会が主催する理事会でも経済波及効果に関する取組を共有し、域内調達率の向上に向けて、まずは意識を植え付ける。理事会ではアンケートを行い、反応や現状を確認・把握し、下呂市役所とも連携しながら、域内調達率向上への施策や取組の検討を行っていく。

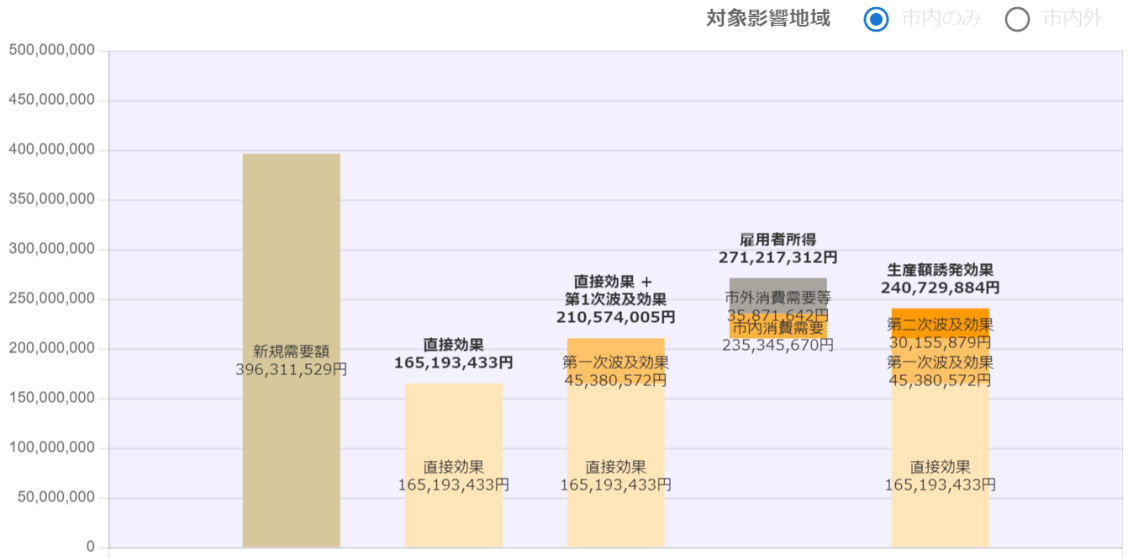


7. 事業で得られた成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

（1）　イベント・観光の波及効果　※対象影響地域を**下呂市内のみ**に設定

経済波及効果



出典：下呂市版経済波及効果算定システム（国内地域間取引考慮）

- ●新規需要額　3億9,600万円
- ●直接効果　1億6,500万円
- ●経済波及効果　2億4,000万円

- ●直接効果に対する新規需要額の割合　41.7%
- ●下呂市外に流出した額　2億3,100万円

- ●経済波及効果に対する新規需要額の割合　60.7%

イベント・観光の場合、直接効果に対する新規需要額の割合が約40%となっており、消費者が支払ったお金のうち、下呂市外へ約60%の2億3,100万円が流出していることが分かる。
また、経済波及効果に対する新規需要額の割合を見ても約60%となっており、上記の流出額を少しでも下呂市内にすることにより、下呂市内への経済波及効果をより高めることができる。

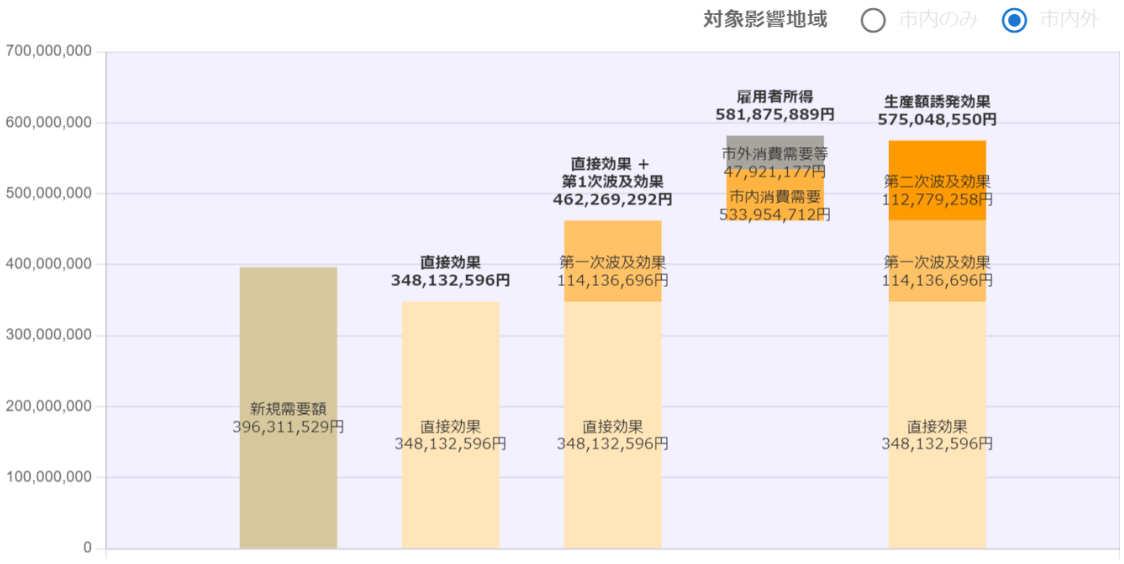
7. 事業で得られた成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

（1）　イベント・観光の波及効果

※対象影響地域を**下呂市内外**に設定、下呂市外への流出がない想定の場合

経済波及効果



出典：下呂市版経済波及効果算定システム（国内地域間取引考慮）

●新規需要額　　３億9,600万円
●直接効果　　３億4,800万円
※市内のみの 210％
●経済波及効果　５億7,500万円
※市内のみの 239％

●市内のみ（前ページ）と
市内外の直接効果の差
１億8,300万円

●市内のみ（前ページ）と
市内外の経済波及効果の差
３億3,400万円

「イベント・観光」の場合、仮に域内調達率を100％にできたとした場合、直接効果を最大210％、経済波及効果を最大239％までアップさせることができることが分かる。
今後は、このような状況を地域の会合でも観光事業者に共有し、耕種農業を中心に、下呂市外への流出額を減らすことを地域として検討していく必要がある。

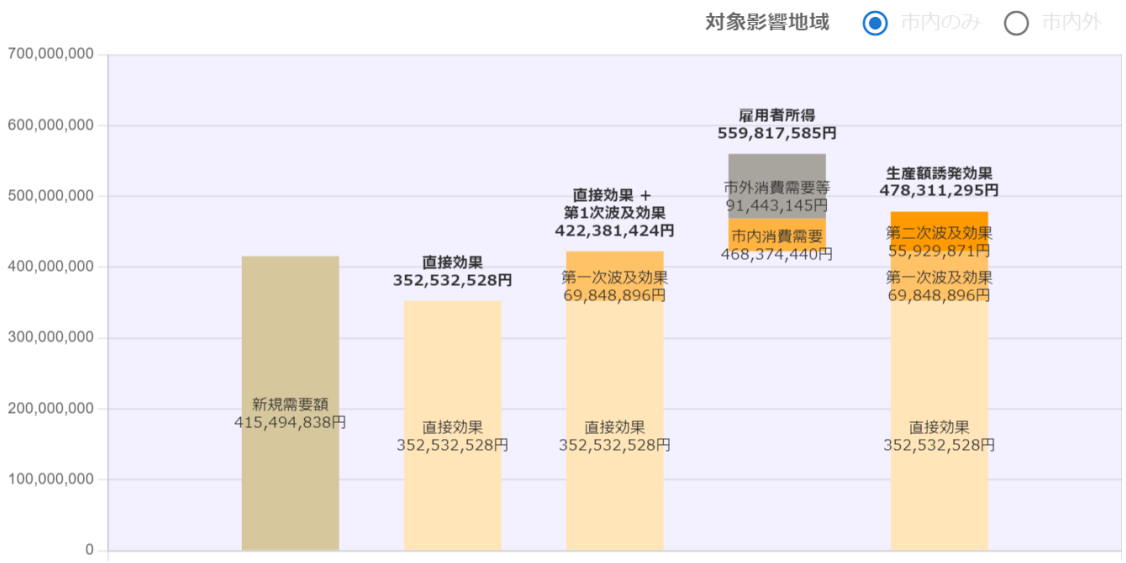
7. 事業で得られた成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

（２）　建築投資(今回は改修のみ)の波及効果

※地域17施設の建築投資額のうち、下呂市内の建設会社に発注した額は約４億1,500万円

経済波及効果



出典：下呂市版経済波及効果算定システム（建設投資用、国内地域間取引考慮）

●新規需要額　　４億1,500万円
●直接効果　　３億5,200万円
●経済波及効果　４億7,800万円

●直接効果に対する新規需要額の割合　84.8％
●下呂市外に流出した額　6,300万円

●経済波及効果に対する新規需要額の割合　115.1％

建築投資（改修）の場合、直接効果に対する新規需要額の割合が約85％となっており 消費者が支払ったお金はほぼ下呂市内に残っており、市外へは約15％の6,300万円が流出していることが分かる。
また、経済波及効果に対する新規需要額の割合を見ても約115％となっており、現状でも、建築投資を行うことによる下呂市内への経済波及効果がイベント・観光と比較しても高いことが分かる。

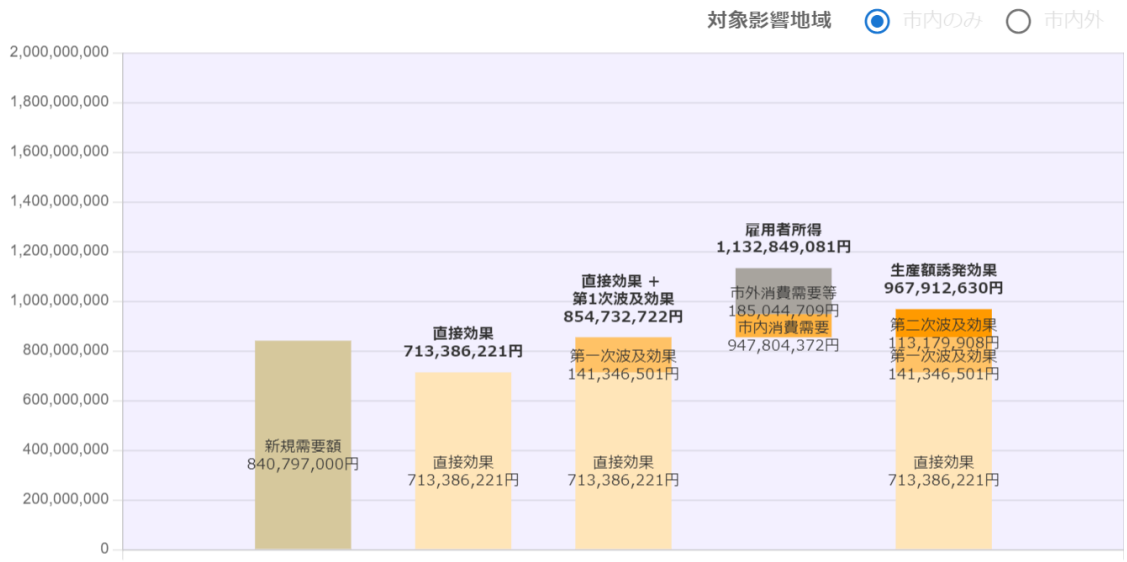
7. 事業で得られた成果

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

（２）　建築投資(今回は改修のみ)の波及効果

※地域17施設の建築投資額が下呂市内の建設会社に全額 約８億4,000万円を発注想定した場合

経済波及効果



出典：下呂市版経済波及効果算定システム（建設投資用、国内地域間取引考慮）

●新規需要額　　８億4,000万円
●直接効果　　７億1,300万円
●経済波及効果　９億6,800万円

●建築投資額を市内の建設会社へ全額発注した場合の直接効果の差
３億6,100万円

●建築投資額を市内の建設会社へ全額発注した場合の経済波及効果の差
４億9,000万円

「建築投資（改修）」の場合、仮に全ての下呂市内の建設会社に発注した場合、直接効果で最大３億6,100万円、経済波及効果を最大４億9,000万円までアップさせることができることが分かる。
今後はこのような状況を下呂市内の建設関連団体との会合でも共有し、建設技術等の課題はあるものの下呂市外への流出額を減らすことを地域として検討していく必要がある。

7. 事業で得られた成果

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

◆　成果の分析・評価

〇下呂市全体の宿泊者データの取込・表示
宿泊統計表の全宿泊施設のデータを取り込めたことにより、地域全体の宿泊データがより精緻化された。
参画施設が地域全体データとの比較により、自施設の強みや弱みを把握し、今後、強みを更に活かしたり、取り込めていない客層をいかに取り込むかなど、戦略的に打ち手の検討ができるようになったため、各施設にて戦略立案に役立てていただく。
このようなメリットを未参画事業者にも理解いただき、将来的に参画いただける宿泊施設をひとつずつ増やしていくことが必要であると考える。
12月15日(木)の説明会以降、５事業者からの参画希望あり。（①ID・PW付与のみ：２事業者、②より細かい分析のための事業参画：３事業者）

〇先予約の表示による受入のマーケティング・マネジメント
先予約データを登録いただくことにより、地域の今後の需要予測を可視化し、地域として取るべき対策の検討材料に活用ができるようになった。今後、毎月開催されている委員会等で情報共有を行い、早めに打ち手の検討を行うこととしたい。

◆　技術やツールを用いて解決した課題

〇下呂市全体の宿泊者データの取込・表示
宿泊施設によっては、下呂市役所へ月次データのみを提出している場合があるが、詳細を提出いただいている宿泊施設の地域の割合にて、月次データを日別データに割り振りを行ったことにより、各データ項目が日別に閲覧できるようにした。それにより、細かい分析が可能となった。

7. 事業で得られた成果

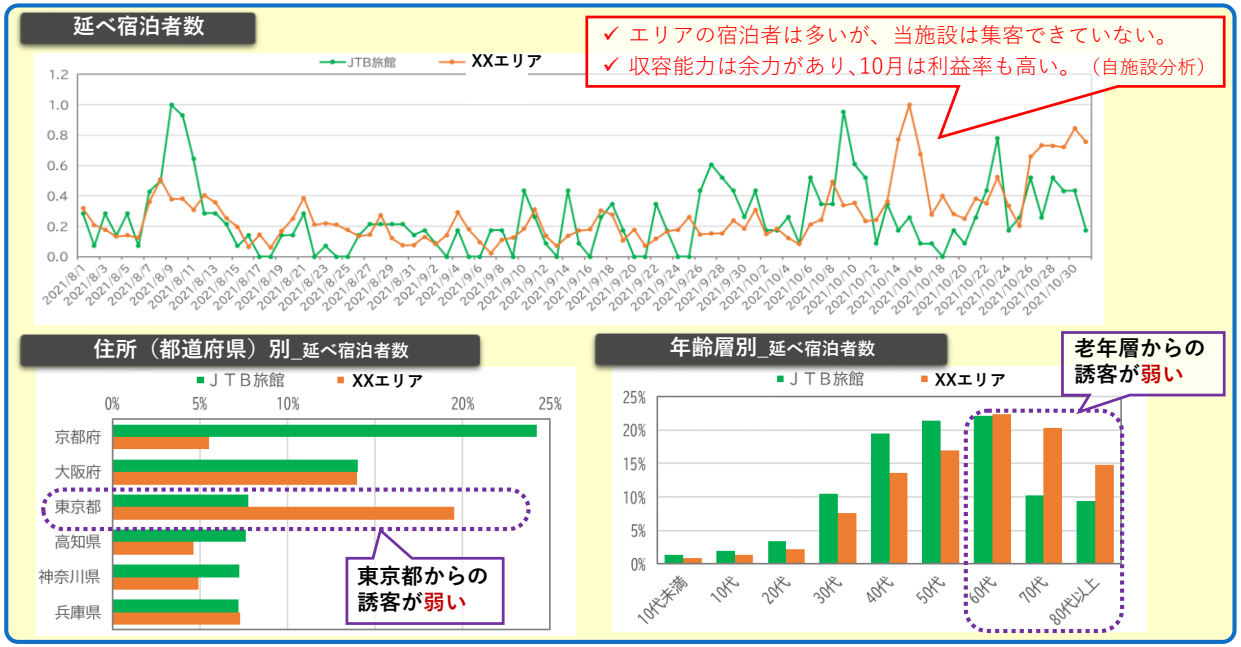
実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

◆　**今後の取組内容**

〇参画宿泊施設への対応（20施設）　※以下のデータはテスト版（参画施設のデータは閲覧不可）

エリア全体のデータが以前より精緻化されるため、参画施設は地域データとの比較により、自施設の強みや弱みを客観的に正確に把握ができ、より戦略的な打ち手の検討に活用してもらえるようになった。毎月、開催している誘致宣伝委員会でもシステムを活用した情報共有を行うことにより、参画宿泊施設においても積極的な活用を促していく。

また、地域の先予約データからは、将来の宿泊料金の設定や最適な人員配置、食材の仕入れ等に活用できると考えられるため、データの登録についても継続的に協力を促していく。



7. 事業で得られた成果

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

◆　**今後の取組内容**

〇未参画宿泊施設への対応（29施設）

地域でのデータ利活用に関して、下図のメリットを理解をしてもらうことにより、
２段階で将来的に事業参画を希望される宿泊施設を増やしていくようにした。

①ID/PWを付与して自施設データ・地域データをまずは閲覧してもらう。

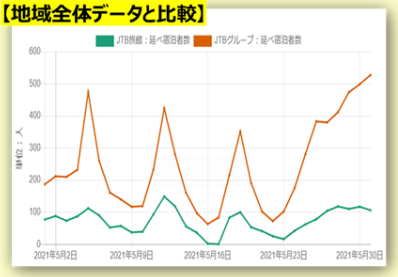
②より細かい分析を可能にするため事業に参画してもらう。

12/15の説明会以降
①　２事業者の希望あり
②　３事業者の希望あり

メリット①：簡単にグラフ表示できる

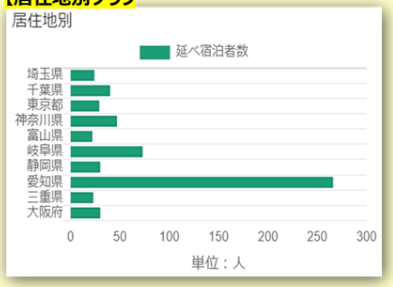
メリット②：地域全体と比較できる

【地域全体データと比較】

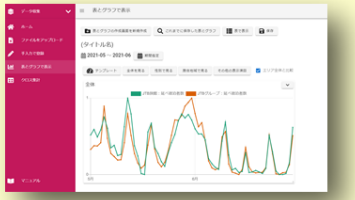


メリット③：今後の打ち手を検討できる

【居住地別グラフ



①：<u>とりあえず現状で様子を見たい宿泊施設</u>



- **自施設の現状をデータで客観的に知ることができる。**
- **エリア全体と比較し、自施設の弱み・強みを見つけることができる。**

②：<u>より細かい分析を希望される宿泊施設</u>

データの収集方法について確認をさせていただく。

- **観光客のニーズを把握できる。**
- **自分たちの地域、自分の施設の強みを把握できる。**
- **戦略的なプロモーションを展開できる。**
- **単価アップへの価格戦略。**

等々の成果あり

7. 事業で得られた成果

実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

◆　**今後の取組内容**

〇地域の対応

プラットフォーム上で下呂温泉街全49施設のデータ及び先行３カ月分のデータが登録されたことにより、毎月の誘致宣伝委員会ではプラットフォームのデータを活用し、報告することとしたい。

傾向値から統計値として、これまで以上に精緻化された数字の報告ができるため、他の各種データも活用しながら、取組をおこなう事業の成功率を高めていくようにする。

今後、マーケットに応じたデータの利活用を推進し、データの精度を高めていくようにしたい。

8. 次年度以降の自走に向けて

実証内容　①乗換案内スマートシティモード（下呂温泉モード）について

◆　次年度の体制

〇地域ブランディングを強化するための体制構築
（地域内観光事業者や制作会社を交えての施策。また新規イベントやアーティスト等を交えた施策）

◆　次年度以降に解決すべき課題

〇SaaS事業者としてのデジタルインターフェイス、機能を提供することは可能である一方、
地域ブランディング施策（SNS・動画、またそれに伴う地域全体のブランド戦略）を担う事業者との強固な連携と、持続可能な地域経済との連動が必要。一定収益（当施策を踏まえたビジネスモデルの構築・恒久化・収益化）までは補助が不可欠であり、常態化に向けた実証・検証を継続したい。特にIFの提供はコンシューマーからの収益化の第一歩であり、引き続き地域連携を通じて収益化を模索したい。

◆　次年度以降の取組方針

〇乗換案内における経路検索データや市内全域の人流データの利活用による潜在客層の掘り起こし
└<u>来訪者の居住地分析</u>
　どのエリアからの誘客ができるのか、逆にうまくいっていないエリアがどこなのか
└<u>観光客の周遊状況分析</u>
　人々の行動変容による趣向やニーズを把握する

〇より集客に繋がるアプローチ方法の検討・選定をし、効果の高いターゲット層への
　積極的なプロモーションを実施することで、ピンポイントでニーズにアプローチすることを狙う

8. 次年度以降の自走に向けて

実証内容　②Wi-Fiパケットセンサによる市内全域の人流データ解析について

◆　次年度の体制

〇その他の人流分析も含めた最適な方法で継続的に人流データ解析を行い、効果的なプロモーションやイベント策定に繋げたい。

◆　次年度以降に解決すべき課題

〇人流の見える化が図られたうえで、どういったアプローチが効果的なのかの効果解析。
〇年齢層や性別などの人流解析や滞在時間の傾向把握が十分にできない。
〇各観光地間の人流解析もさることながら、各観光地域内でのより細かな行動パターンが把握できると、よりピンポイントなプロモーションへ繋げられる。

◆　次年度以降の取組方針

〇イベント前後の人流データや滞在時間の変化などからいかに効果的なプロモーションを実施でき、そのプロモーション効果の評価をできるようデータ解析を活かしたマネジメントを行いたい。
〇Wi-Fiパケットセンサに拘らず、その他のツールを含めた最適な方法で引き続き人流データの収集し、結果の活用を具体的活動へ繋げたい。

8. 次年度以降の自走に向けて

実証内容　③産業連関表による経済波及効果の見える化について

◆　次年度の体制

〇下呂市内の建設事業者等の巻き込み（市内の建設事業者のリストアップ）
　観光事業者は現状通り。

◆　次年度以降に解決すべき課題

〇食材やリネン他を含め、下呂市内事業者への共同発注の取組みが進まない。
〇下呂市内の建設事業者の技術力の向上。域外の建設事業者の技術力が高い。（仮説）
〇建材や資材の下呂市内での調達。

◆　次年度以降の取組方針

〇プラットフォームの運用については、下呂温泉観光協会の自主財源で継続的に取組を行う。
〇地域で実施する各種イベントについては、システムによる経済波及効果の検証を必ず実施する。
〇自給率の高い耕種農業においては、農家との直接契約等の取組を推進する。（有機・無機栽培の支援）
〇産業連関表から得られた市内における経済波及効果を市内の建設関連団体や事業者と共有を行う。
〇市内の建設関連団体や事業者に技術力向上に必要な取組を促す。
〇可能な限り、下呂市内での建設事業者への発注を促す。

8. 次年度以降の自走に向けて

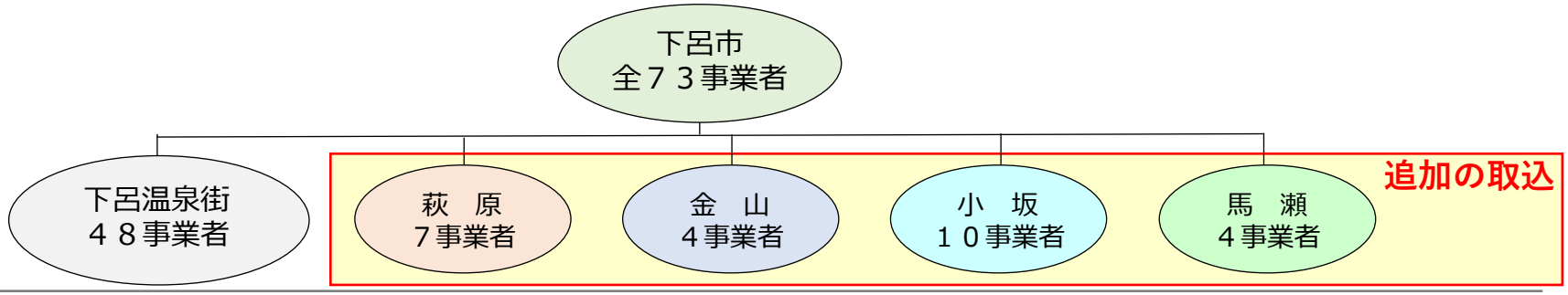
実証内容　④プラットフォームシステム拡充について

◆　次年度の体制

〇旧下呂町の下呂温泉街だけでなく、萩原・金山・小坂・馬瀬の宿泊事業者を巻き込む。
　（今後は下呂温泉街だけでなく、下呂市全体の宿泊データを登録・蓄積していく）

◆　次年度以降に解決すべき課題

〇下呂市内（下呂・萩原・金山・小坂・馬瀬）の全宿泊施設への事業理解と協力。
〇既に参画をして頂いている宿泊事業者のデータ登録期限の遵守。
〇先予約分のデータが思うように入っていない。

◆　次年度以降の取組方針

〇プラットフォームの運用については、下呂温泉観光協会の自主財源で継続的に取組を行う。
〇下呂温泉街の48施設だけでなく、周辺４エリア（萩原・金山・小坂・馬瀬）の宿泊データを取り込む。
〇下呂市全体のデータはもちろん、周辺４エリアのデータも細かく分析できるような仕組みを構築する。
〇将来的には、市の宿泊統計表（エクセル）からプラットフォーム（データ）への移行を行う。
〇プラットフォーム上のデータを「傾向値」から「統計値」に持っていく。
〇未参画事業者にデータ利活用の利点を理解いただき、将来的に全事業者に参画をして頂けるようにする。