



観光DXによる地域経済活性化に関する 先進的な観光地の創出に向けた実証事業

成果報告書

雲仙市観光全域データオープン化活用事業

雲仙市観光データオープン協議会

2025年1月31日



目次

1. はじめに
2. 地域の魅力・特徴
 1. 長崎県・雲仙市
3. 地域が目指す姿
 1. 中長期・実証事業期間の目的
4. 実証事業
 1. 全体像
 2. 目標設定・取組内容
 3. 各取組の詳細
 - 取組1.AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進
 - 取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進
 - 取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大
 - 取組4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組
5. 総括
 1. 実証事業の成果
 2. 今後の展望
6. 実施体制
 1. 体制図
7. おわりに

1.はじめに

1.はじめに

「観光DXによる地域経済活性化に関する先進的な観光地の創出に向けた実証事業」において、推進する実施主体を示します。

コンソーシアム名

雲仙市観光データオープン協議会

実施主体

■ 代表団体／企業

(一社) 雲仙観光局

■ 活動地域

長崎県雲仙市

■ 活動概要・経歴

2022年4月に、雲仙市全体の観光の一本化を図り雲仙温泉観光協会・小浜温泉観光協会が合併して雲仙市全体の観光の推進役を目指し、市全体のブランディングや効果的なマーケティング、コンテンツや魅力の磨き上げを、機動的かつ積極的に施策を展開していくことを目的として設立した団体です。

観光分野だけでなく多彩な業種の事業者と分野を越えて連携し、地域全体の価値を向上させ、「訪れる人も住む人も働く人も幸せを感じられる持続可能な地域の実現」を目指し、2024年度に登録DMOに登録いたしました。

2.地域の魅力・特徴

2.地域の魅力・特徴

1.長崎県雲仙市

地域の魅力、特徴を示します。

魅力

雲仙市は雲仙温泉と小浜温泉の2つの温泉街を持つ地域です。雲仙温泉は標高700m程の高地のため涼しく、明治時代から避暑地・保養地として有名で、8月の平均気温は札幌と同程度になります。一方、小浜温泉は橘湾を望む海拔約0mに位置する温暖な温泉街で、105℃の源泉が湧き、熱量・温度とともに全国1位です。このように雲仙市は真逆の性質の温泉街が、約5kmのコンパクトな地域内に存在する地理的特性を持つ地域と言えます。

特徴

- ・日本初の国立公園、今年度90周年。
- ・明治・昭和初期の日本で最初の外国人避暑地としての街の雰囲気や文化、景観が残されている雲仙温泉街。
- ・「近さ×標高差」「雲仙地獄と宿泊施設の近さ」「小浜温泉の熱量」という3つの日本一を抱える2つの温泉街。
- ・訪問客の36%（2022年調査）が夫婦旅であるなど特定ターゲットに強いブランド力。
- ・火山を起点に生み出された自然。

取組地域

長崎県雲仙市



3.地域が目指す姿

3.地域が目指す姿

1.中長期・実証事業期間の目的

地域の現状及び課題、中長期的に目指す姿や実証事業の目的を示します。

現状及び課題

2021年に雲仙観光局が発足したことで、数年がかりで地域一体の取組に向けた動き（事業者との連携等）を取る環境が、整備され始めています。しかし雲仙普賢岳、雲仙温泉だけでなく農漁村や伝統建造物群の街並みや、食や暮らしや産業、宿泊施設、体験事業、人の魅力も含めた雲仙市全体の地域が観光資源でありながらも、魅力の情報発信をできていないことが課題です。取組にあっても、データに基づく施策実行が不十分であり、データ活用に関するノウハウ蓄積・活用ができていない状態です。

実証事業の目的

本事業を通してデジタル領域の販路（toC・toBに準じたもの）とマーケティングの強化につながる基盤となる仕組みと事業者との事例創出による信頼を構築します。

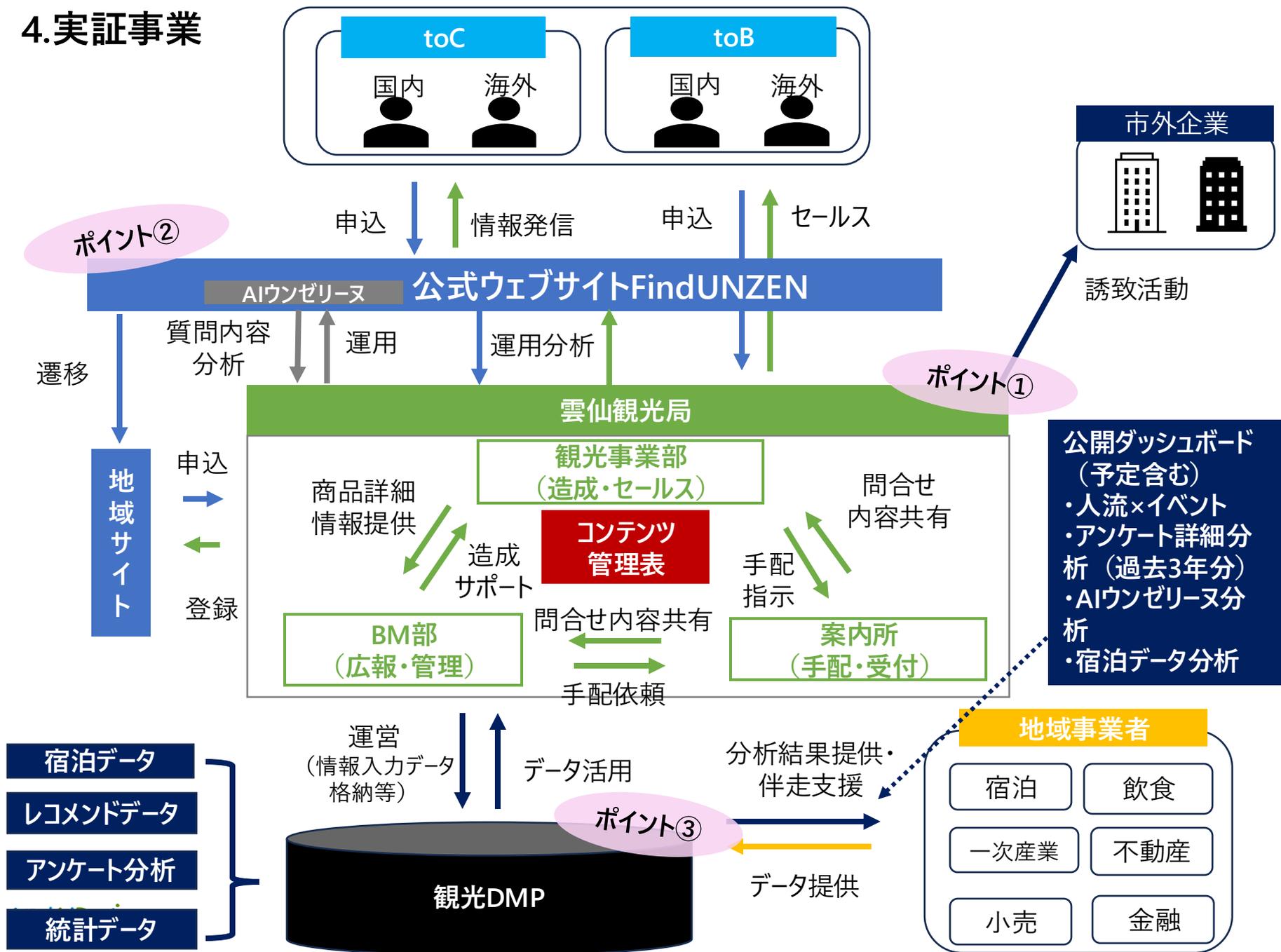
- ①ターゲットに応じた販売チャネルを構築することで、シームレスな予約と販路の拡大を実現し雲仙地域の観光収益の向上を目指します。
- ②蓄積（収集・分析・可視化）したデータに基づき、事業者と連携した施策を検討～実施することで観光地経営の高度化を目指します。

中長期的に目指す姿

データ活用による、雲仙の他産業の収益向上（売上向上・生産性向上）を目指した実証・成功事例の創出を行い、振り返りとともに、成功事例の地域内での展開（連携事業者の増加）による自走化、それによるデータと向き合う地域事業者のリテラシーの向上を目指します。また地方における、「高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地事業」との連携をフックにインバウンドの取組にもDXの展開を目指します。

4.実証事業

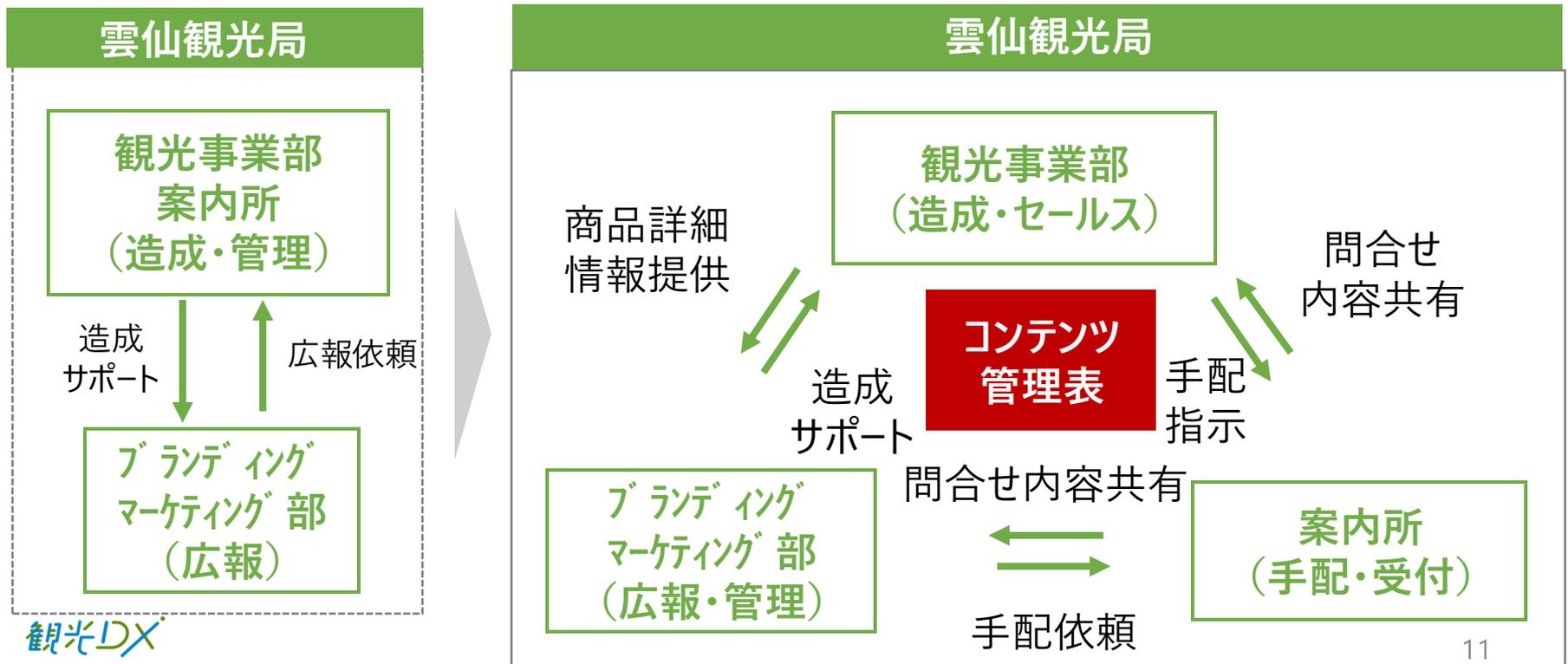
4.実証事業



ポイント①DX導入を契機とした社内体制の再編成による効率化

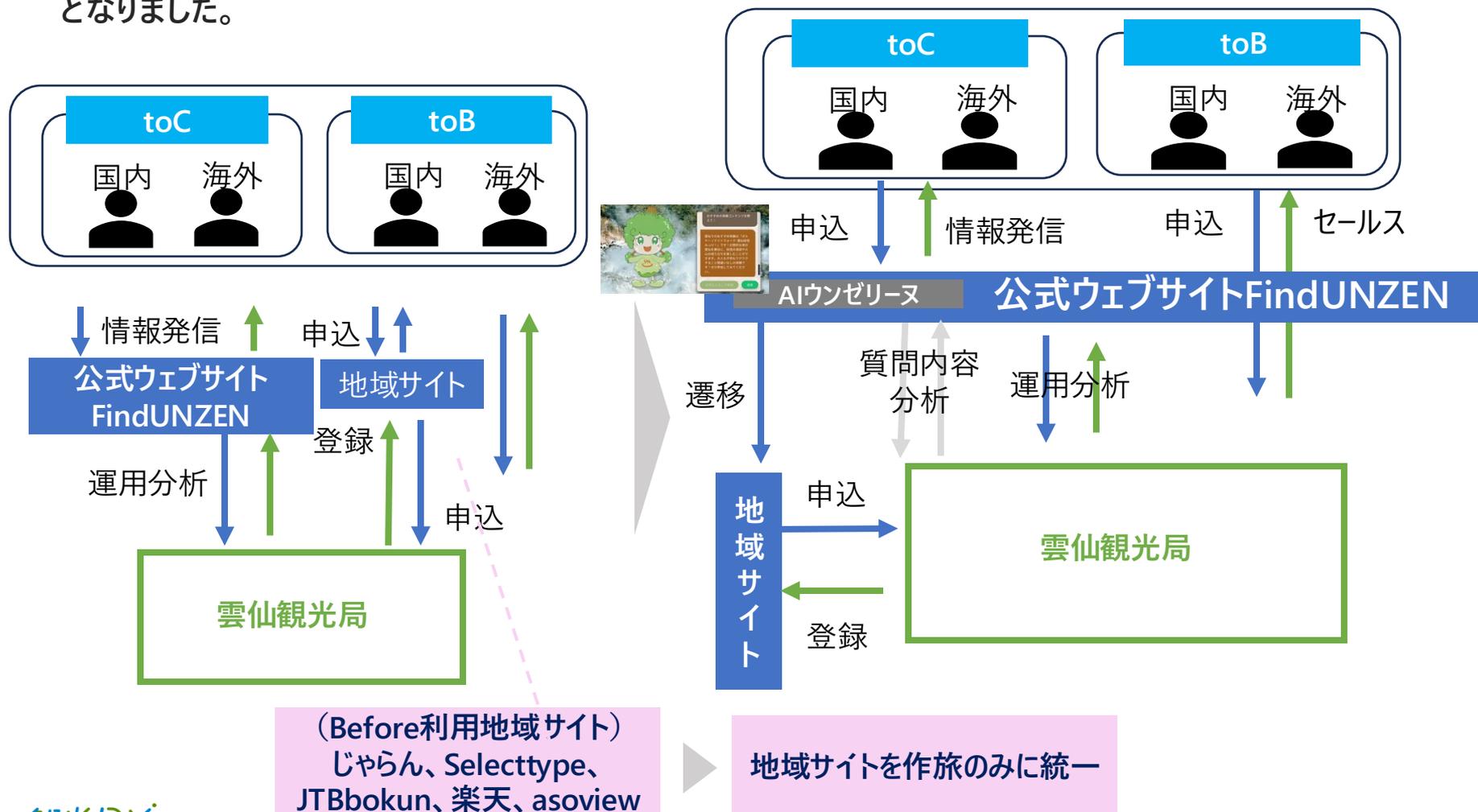
従来は、観光事業部が造成～販売、管理、広報、運営まで一手に担っていましたが、コンテンツ管理表を軸に体制を整備し業務を分散化して組織横断で管理を行うように体制を整備した結果、生産性の向上と売上増、新規顧客開拓につながりました。

売上増・・・体験の総売上 目標対比113%達成 昨年対比：198% 約620万円増
 分散化・・・Before) 観光事業部：造成～販売～広報～手配～当日対応～清算
 After) 観光事業部：造成、リアルの販売（営業）、当日対応
 ブランディング・マーケティング部：造成サポート、販売（地域サイト登録）、広報
 案内所：手配、清算
 生産性・・・業務分散化による観光事業部の営業時間確保によるtoBセールスの売上増
 （国内toB売上目標対比：118% 昨年対比180% 約340万円増）



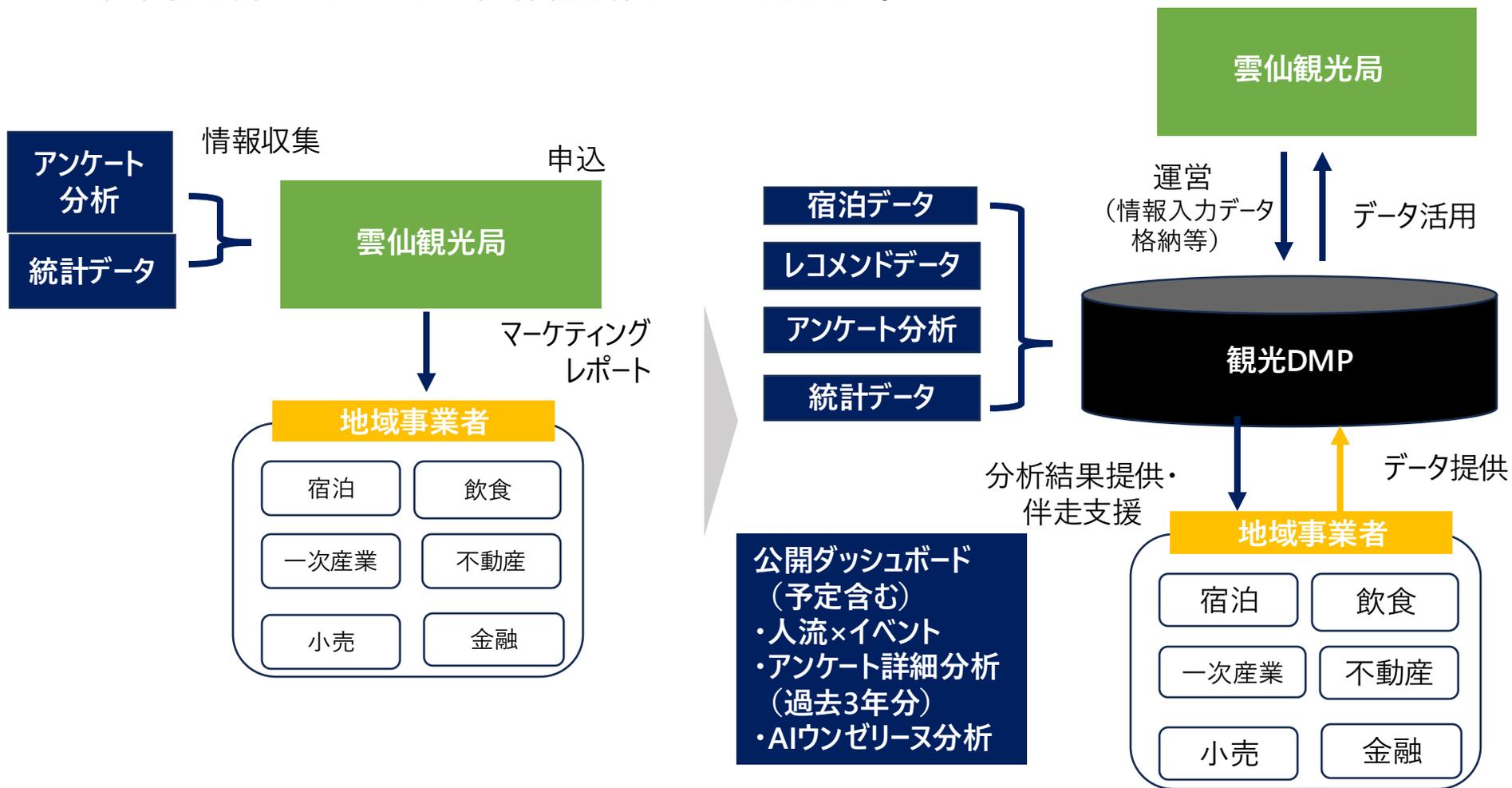
ポイント②AIウンゼリーヌの導入と各ターゲットとのタッチポイント・申込経路の整備

従来は、公式サイトはあくまでも情報発信を主な目的としたサイトとなっており、体験商品の販売などの連携は進んでいませんでしたが、本事業を契機に販売経路を一元化することで運営の作業効率が上がり、AIレコメンドサービスの導入により全顧客に対しての対応ができるプラットフォームとなりました。



ポイント③観光DMP導入による地域事業者との双方向の連携体制

従来は、マーケティングレポートという毎月発行している媒体でのみ地域事業者に対して情報を提供していましたが、観光DMPを軸とした取組によりオープンデータの開示による多様なデータの提供と事業者連携による双方向の関係性を作ることができました。



4.実証事業

2.目標設定・取組内容

実証事業のゴールと目標値、実証事業の内容・概要・目標を設定します。

KGI

ゴール 雲仙の魅力を活かした収益向上

目標値 収益額：1,102万円

取組	概要	目標
取組1 Aレコメンド活用によるtoC向け販売促進 KPI	Aレコメンドを公式サイトに具備し、シームレスな体験予約を実現し利便性向上から販売の促進を図ります。	目標金額・・・280万円 KPI ... 申込数700件
取組2 国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進 KPI	国内向けの効果的な収益向上のためにターゲットを富裕層とtoBに定めて、FindUNZEN上で適したプロモーションとセールスを実施いたします。	目標金額・・・662万円 KPI ... 申込数12件
取組3 インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大 KPI	モデル観光地事業にて進めているインバウンド客からの収益向上の効果をデジタル領域でサポートし最適化することを目的としています。	目標金額・・・160万円 KPI ... 申込数2件
取組4 オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組	観光DMPにて蓄積したデータを活用し、事業者と連携した取組を提案し、伴走しながら事例を創出します。	オープンデータを活用した事例創出数：2件以上 オープンデータのPV数：3000PV/月

4.実証事業

2.目標設定・取組内容

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

現状及び課題と課題解決に向けた取組内容を示します。

従来の取組

- Find UNZEN(雲仙観光局ポータルサイト)構築 (令和4年4月～)
雲仙地域の地域資源の魅力発信や体験事業の情報発信
- トレッキング向けAIガイドアプリケーションの整備 (令和6年2月～)
ガイド不足対策及び地域価値発信による新たなファンの機会創出
- 観光案内所でのAIガイドの整備 (令和6年2月～)
6カ国語対応による訪日外国人対応、問い合わせ内容を蓄積し
地域課題解決、業務効率化

明らかになった課題

- 雲仙に関する魅力の発信が不十分。
- 国内外共に観光収入の拡大が不十分。
- AIガイドアプリのダウンロード数は31人と認知拡大が不十分。
- AIを活用したトレッキングに関するデータは蓄積できたものの、その他の地域資源の魅力発信や体験事業の情報発信ができておらず、周遊促進や地域の生産性向上までは繋がっていません。

取組内容

概要 …… AIレコメンドを公式サイトに具備し、シームレスな体験予約を実現し利便性向上から販売の促進を図ります。

ターゲット …… 国内外の雲仙に興味を持っている個人旅行者、雲仙への旅行が決定している方、雲仙旅行中に雲仙を調べている方(タビマエ・タビナカ)

取組内容 …… FindUNZENにAIレコメンドを具備することで、toC向けの情報発信やユーザとのタッチポイント(販路)を拡大し、各ユーザとの対話内容に応じて宿泊施設、体験コンテンツを紹介します。また対話の中で予約ページへ誘引し、さらにはユーザとの対話の中からデータ(属性、対話ログ、旅行者の属性、目的)とコンバージョン数の収集を行います。

また、実証中、レコメンド内容の改修を行いコンテンツ数増、レコメンド精度の向上を目指します。

- ・Find UNZENを活用した、AIレコメンドによる雲仙の体験や宿泊など魅力の提供と予約ページへの誘引。
- ・タビマエタビナカ、ペルソナの情報提供内容の最適化。
- ・宿泊施設及び旅行者たちよりスポットでの告知(POP制作やQRコード配布など)
- ・宿泊施設HP等への情報掲載依頼。



旅行者に配布とカードデザイン

4.実証事業

2.目標設定・取組内容

取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

現状及び課題と課題解決に向けた取組内容を示します。

現状・従来取組

- Find UNZEN(雲仙観光局ポータルサイト)構築 (令和4年4月～)
雲仙地域の地域資源の魅力発信や体験事業の情報発信
- 旅行会社や研修旅行、ワーケーション検討企業へのセールス
- 旅行展などへの出店によるセールスやPR
長崎県観光連盟や九州観光機構など連携した旅行展への出店によるPRやセールスの実施

明らかになった課題

- 高単価商品をPRするためのコミュニケーションツールの作成ができていません (リアル、オンラインともに)
- 更なる旅行会社との連携が必要。
- ワケーションや企業研修などのコーディネートによるtoBセールスや商品の強化の必要性。

取組内容

- 概要 ……国内向けの効果的な収益向上のためにターゲットを富裕層とtoBに定めて、FindUNZEN上で適したプロモーションとセールスを実施。
- ターゲット ……国内の富裕層旅行者、オリジナルパッケージ販売をしている旅行会社、社員研修など企業としての取組 等
- 取組内容 ……ITを活用したtoB向け及び富裕層に向けた高単価商品等の販売拡大のためのtoB向けの販売チャネル（高単価商品をまとめた特集ページ）の設定をします。
- 同チャネルにてデータ（サイト遷移数、参照元）を収集し、コンテンツ選定、商品内容の改定、価格改定等の検討材料への活用と新規エージェントへの提案活動に繋がります。
 - ・toB向けの販売チャネル（FindUNZEN内にtoB特化の特集ページを作成する等）の磨き上げ、セールスツールとして活用。
 - ・セールス強化。
 - ・旅行会社に対してAIレコメンドの案内をすることで効率的に雲仙の魅力や情報を収集してもらいます。

4.実証事業

2.目標設定・取組内容

取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大 現状及び課題と課題解決に向けた取組内容を示します。

現状・従来取組

- Find UNZEN(雲仙観光局ポータルサイト)構築 (令和4年4月～)
雲仙地域の地域資源の魅力発信や体験事業の情報発信
- 観光再始動事業による高付加価値商品造成 (令和5年)
ガイド不足対策及び地域価値発信による新たなファンの機会創出
- 観光案内所でのAIガイドの整備 (令和6年2月～)
6カ国語対応による訪日外国人対応、問い合わせ内容を蓄積し
地域課題解決、業務効率化

明らかになった課題

- 雲仙に関する魅力の発信が不十分。
- 国内外共に観光収入の拡大が不十分。
- 訪日外国人対応やニーズ把握などが不十分。
- インバウンドセールスのツールや手段が不十分。

取組内容

- 概要 ……モデル観光地事業にて進めているインバウンド客からの収益向上の効果をデジタル領域でサポートし最適化することを目的としています。
- ターゲット ……国外の旅行者、海外ランドオペレーターや旅行会社、コンシェルジュ等
- 取組内容 ……モデル観光地事業と連携したインバウンドtoB向け高単価商品等の販売拡大のためのtoB向けの販売チャネル（高単価商品をまとめた特集ページ）の設定です。
- モデル観光地事業にて実施する旅行会社や海外ランドオペレーターへのヒアリングの中でDMOが持つ販売チャネルに必要な情報や効果的な内容をヒアリングし、参考にしながら販売チャネルを作ります。
- ・インバウンドtoB向けの販売導線ページ（FindUNZEN内）の作成。
 - ・デジタル領域のモデル観光地事業との連携によるセールスサポート。
 - ・モデル観光地事業と連携した海外ランドオペレーターや旅行会社へのヒアリングを行い、商品造成における必要な情報のヒアリングとその情報のオンライン上への露出。

4.実証事業

2.目標設定・取組内容

取組4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組現状及び課題と課題解決に向けた取組内容を示します。

従来の取組

- マンスリーレポートの作成及び展開（令和4年4月～）
地域での活動を通して得られたデータをグラフ等に見える化し、サイトに公開することで地域事業者等に展開（現在は会員版と、情報を限定しているオープン版の2種あり）
- Google Business Profileの整備（令和5年10月～）
正確かつ魅力的な情報を提供し、より多くのポジティブなレビューを獲得し、結果として集客に繋がります。

明らかになった課題

- マンスリーレポートなど実施しているものの利活用など循環までは至っておらず、地域内での相乗効果が図れていません。
- 旅行者の属性情報の解像度を高めるため、特に宿泊事業者を中心とした地域事業者と連携した情報収集（仕組み構築や恒常的なアンケート）が必要です。
- データに基づく地域を巻き込んだ施策展開が実施できていません。

課題解決に向けた取組

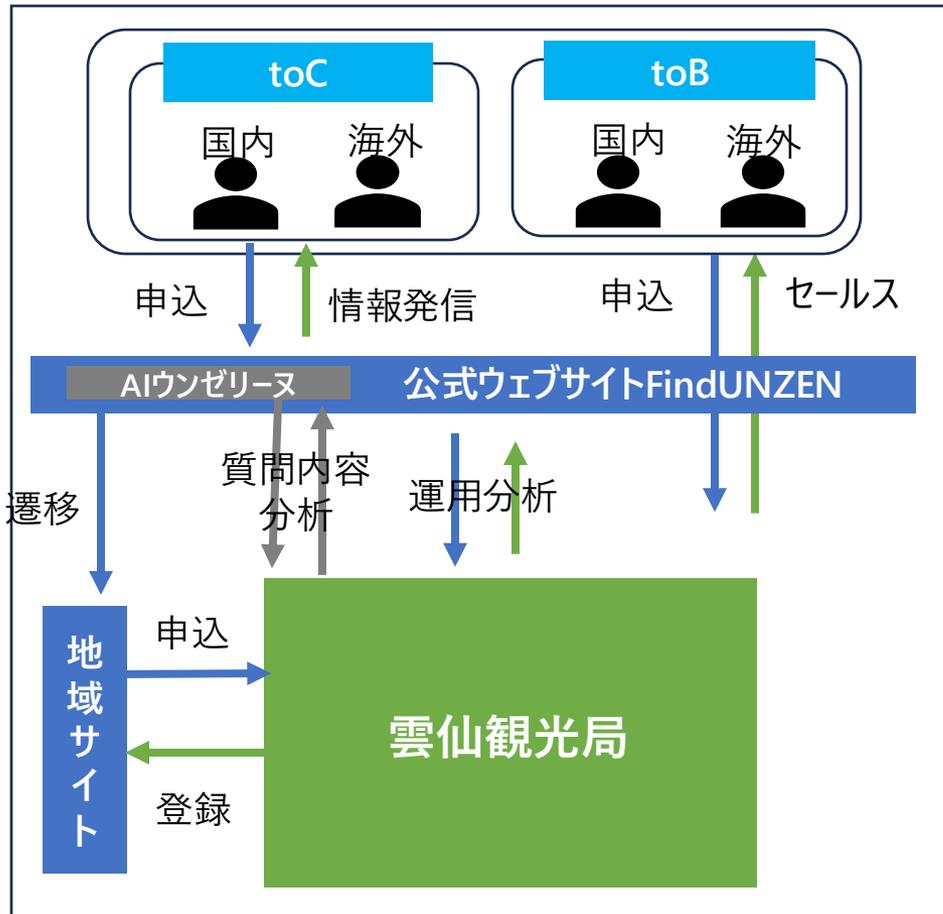
- 概要・・・観光DMPにて蓄積したデータを活用し、事業者と連携した取組を提案し、伴走しながら事例を創出します。
- ターゲット・・・雲仙市内事業者（例）泊食分離を検討している宿泊施設・飲食店・小売店 等
- 取組内容・・・観光DMPにて蓄積したデータを基に、ターゲットや施策内容の検討～実施を行い、事業者毎に適したデータ活用の事例を創出します。
- （例）宿泊事業者：泊食分離を推進している事業者に対して飲食店と連携したセット商品の販売などの提案。
飲食店：PMSで取得した宿泊予約データを活用した仕入れやシフト調整などによる生産性向上の提案。
泊食分離を進めている飲食店とのセット商品販売の為のマッチングと伴走。
小売店：PMSで取得した宿泊予約データを活用した仕入れやシフト調整などによる生産性向上の提案。
- 活用データ・・・（例：宿泊データで得られた旅行者属性（性別、年齢、宿泊日数、食事条件など）やレコメンドデータで得られた属性（性別、年齢、同行者数、訪問目的）、アンケートデータ（訪問目的）、宿泊予約データなど）

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1. AIREコメド活用によるtoC向け販売促進

■収益の底上げに向けたコンテンツ作成及びプロモーション、生産的な運用、社内体制整備、AIウンゼリーヌを新規構築します。



①ターゲット別の体験コンテンツを季節に合わせて精査
観光収益の底上げに向け、既存コンテンツと自社以外のコンテンツの棚卸と精査を実施します。

・シーズンごとにコンテンツの強みを整理し収益の底上げ。

②メディアミックスしたプロモーションの実施

①で精査したコンテンツの売り上げ増に向けた多角的なプロモーションを実施します。

・ウェブサイト上の申し込み経路を整理。

・SNS広告を活用したプロモーションの実施。

③AI実装と運用

観光客とのタッチポイント拡大に向け、FindUNZEN上にAIREコメドを具備、また雲仙に特化したAIの育成のための運用方法の検討します。

・顧客情報の収集・分析。

・案内所の問い合わせ稼働削減。

・ニーズに沿ったダイレクトな商品紹介・PR。

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

①ターゲット別の体験コンテンツを季節に合わせて精査

観光収益の底上げに向け、既存コンテンツと自社以外のコンテンツの棚卸と精査を実施。

雲仙市観光総合サイト「FindUNZEN」

コンセプト：旅行者のカスタマージャーニーに沿った情報提供。従来のサイトは、地域の人にしかわからない特有のエリア分けや、一緒くたにされたお店情報や見どころが多く掲載され、観光客にとっては必要のない情報が掲載されているケースも多かった。「モデルコース」「旅のテーマ」「今の気分」などカテゴリー別に入り口を準備し、雲仙の基礎情報が全くない人でも気軽に検索ができるサイトです。

■ブランドステートメント



自分らしい雲仙を見つけよう

Find UNZEN

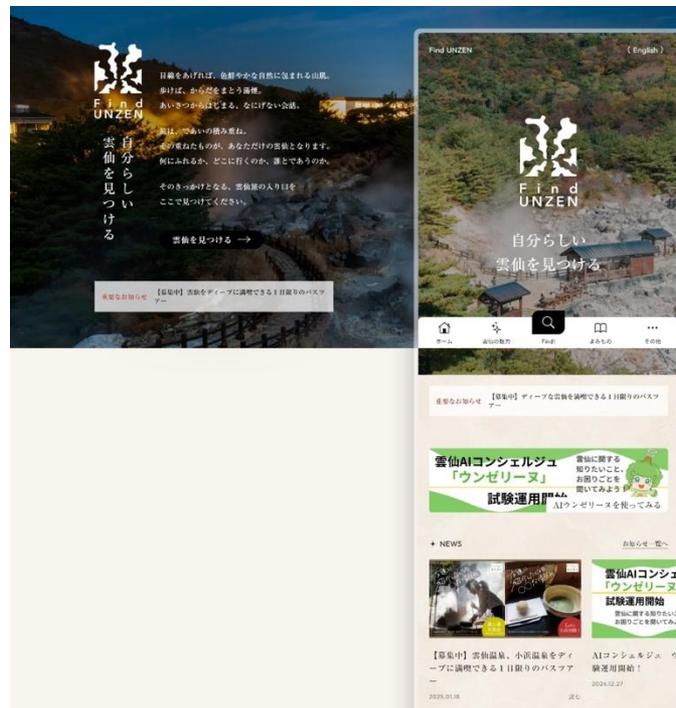
火山の上に織りなす、あまりにもあまりにも多種多様な雲仙のたからもの。

あなたが望む旅の出会い。あなたが思い浮かべる雲仙の表情。それは山か空か海か。それとも温泉か湯煙か。あの人かあの場所かあの風景か。

何にふれるか、どこに行くのか、誰とであろうのか。そのきっかけをFindUNZENで見つけてください。

日線をあげれば、色鮮やかな自然に包まれる山肌。多ければ、からだをまとう湯煙。あいさつからはじまる、なにげない会話。開湯1300年を誇る乳白色の硫黄泉、雲仙温泉。橋湾の海岸線に広がる、熱量日本一の小浜温泉。火山がもたらす肥沃な大地には、多様な雲仙野菜が実り、山間部では熊鷹が盛んです。火山に降り注いだ雨が流れ、湧み出る水と葉巻は、有明海を豊かな漁場にしています。雲仙市の海の玄関口、多岐良港。そして、海岸線を沿うように走る島原鉄道。城下町の佇まいを残した町並みと神社仏閣。日本最期の国立公園は、自然の脅威と恵みを学ぶ場であり、地獄と共に生きる暮らしと誇り。これだっけってきっと一握り

■TOPページ



日線をあげれば、色鮮やかな自然に包まれる山肌。多ければ、からだをまとう湯煙。あいさつからはじまる、なにげない会話。

山は、どめいのもろみね。

その重なるものが、あなただけの表情となります。

何にふれるか、どこに行くのか、誰とであろうのか。

そのきっかけとなる、雲仙旅の入り口をここで見つけてください。

雲仙を見つける →

【お知らせ】 雲仙をテーマに読める1日限りのパスブック

雲仙AIコンシェルジュ「ウンゼリーヌ」 雲仙に関する知りたいこと、お困りごとを聞いてみよう！ 試験運用開始！ AIウンゼリーヌを使ってみる

NEWS

雲仙AIコンシェルジュ「ウンゼリーヌ」 試験運用開始！ 雲仙に関する知りたいこと、お困りごとを聞いてみよう！

【お知らせ】 雲仙温泉、小浜温泉をテーマに読める1日限りのパスブック

AIコンシェルジュ「ウンゼリーヌ」 試験運用開始！

2025.01.18 2024.12.27

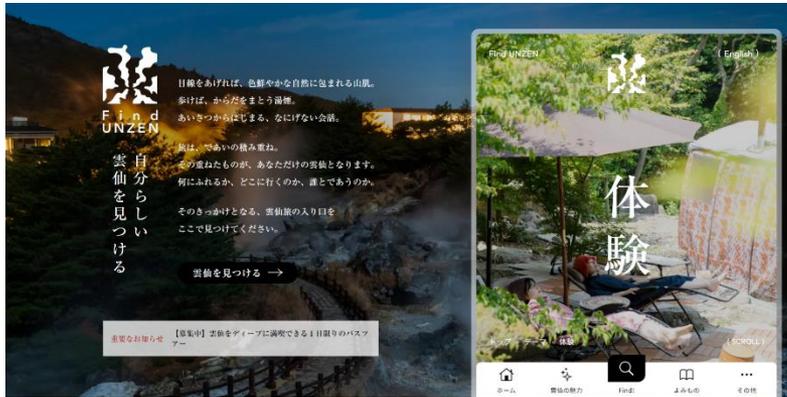
取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

①ターゲット別の体験コンテンツを季節に合わせて精査

雲仙市観光総合サイト「FindUNZEN」の体験コンテンツ申込の同線を整備。

元々は前途の通り、情報発信に重きを置いており地域サイトとうまくリンクができておらず申し込みの機能が整備されていなかったが全体験コンテンツのWEB上の申込を整理し掲載しました。また、体験単体の概要をまとめた情報量の少ないシンプルなページと「読み物」（モデルコースや写真や文章で訴求をする記事）のページを体験に合わせて整備した。結果、様々な検索やサイト内の回遊にタッチすることができるようになりPV数の向上につながりました。

■「体験」TOPページ



火山を知り、敬い、畏れ、親しむ。
体験から見えてくる雲仙。

雲仙の中心にあるのは、古くから信仰を集め、
思いもたらし、人とともに生きてきた火山です。
地球の営みを体感する温泉、多様な生命にふれる登山、
火山がもたらす大地の恵み、海への幸。
日本第一号の国立公園、世界ジオパークに指定された
自然の宝庫である雲仙を、さまざまな角度から
その魅力を伝え、あなただけの雲仙へと導く
ガイドと一緒に体験してみませんか。



写真や文章を使って
体験の魅力をしっかりとPR
→新規顧客の獲得に有効

■体験単体ページ



内容は簡易的に記載
値段や時間など最低限の
情報のみ掲載
→地域サイトへの誘導率が高い

■「読み物」ページ



取組1. Aレコメンド活用によるtoC向け販売促進

①ターゲット別の体験コンテンツを季節に合わせて精査
 コンテンツ管理表を作成し、組織内での体験の運用を見える化します。

カテゴリ	No	タイトル	対応	時間	支払方法	料金 (1名あたり)	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	合計
							売上 件数							
歴史	1	国見神代小路ガイドツアー	雲仙観光局	30m～	当日現金	¥1,000								
その他	2	絵付け体験	雲仙観光局	1H		¥1,000								
その他	3	願い地藏づくり体験	雲仙観光局	1H		¥1,000								
その他	4	表札づくり体験	雲仙観光局	1H		¥1,000								
その他	5	写経体験	雲仙観光局	1H		¥500								
夜	6	湯にも地獄の物語	雲仙観光局	1H	当日現金	¥3,000								
夜	7	雲仙仁田峠プレミアムナイト	雲仙観光局		当日現金	¥3,500 子ども¥2,500								
	8	雲の上のピクニック	雲仙観光局	12時～ 18時の 間	当日現金	1グループ (6名まで) グッズ一式 2,000円「オプション」弁当代 (700 円～1000円)、温泉レモネード (300円)								
山	9	E-bikeレンタル	雲仙観光局	1H～	当日現金	¥1,500/1台～								
山	10	E-bikeツアー	雲仙観光局	3H	当日現金	¥6,000～								
山	11	白雲の池ウォーキング	雲仙観光局	1H～	当日現金	2,000円/1名/1h・貸切1h ¥20,000(1～10名)								
山	12	白雲の池キャンプ関係	雲仙観光局	4時間 通年	当日現金	¥6,000								
	13	ぶらり雲仙地獄ガイド	雲仙観光局	9:30、 14:30、 16:00	当日現金	¥1,500								
朝	14	早朝ノルディックウォーキング	雲仙観光局	1時間	当日現金	¥1,500								
山	15	バックラフト	雲仙観光局	1H30m	当日現金	小学生以上¥3,000、中学生以上 ¥4,000								
山	16	ブッシュクラフト	雲仙観光局	2H～	当日現金	¥6,000								
山	17	薪割体験	雲仙観光局	2H	当日現金	¥3,500								
山	18	ツリークライム体験	雲仙観光局	2H		¥3,500								

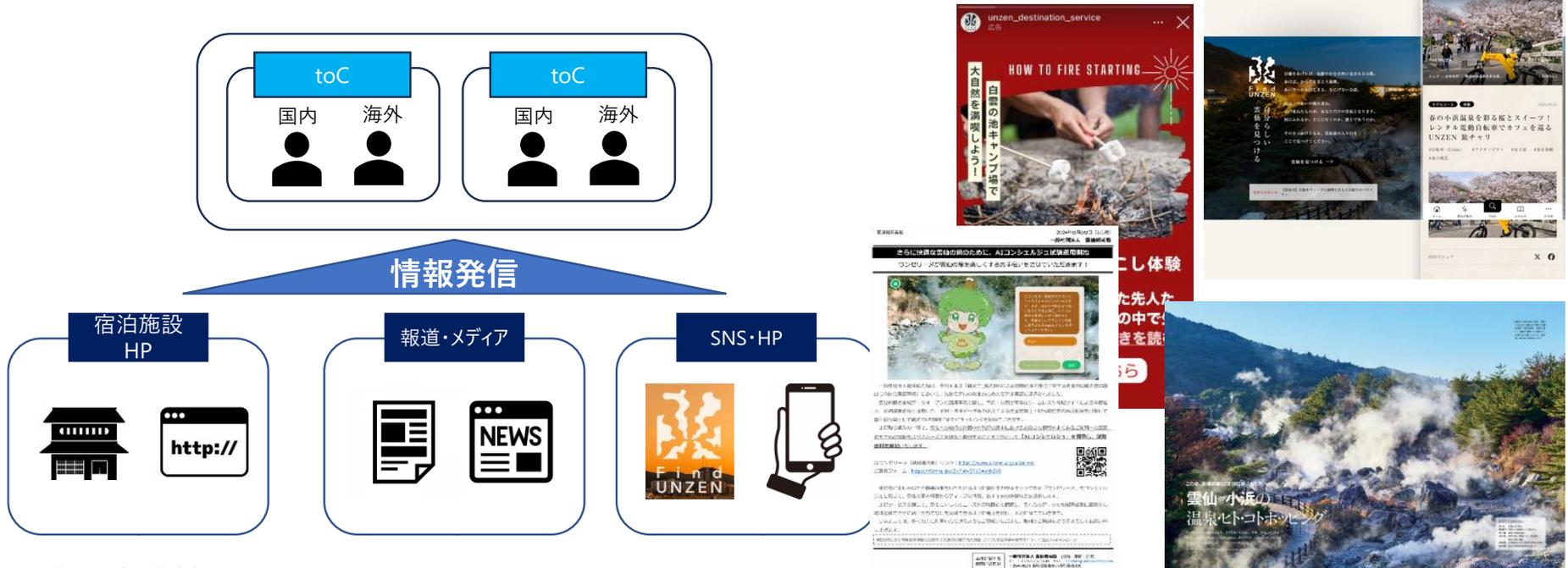


取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

②メディアミックスしたプロモーションの実施

雲仙・小浜地域の宿泊事業者、報道関係者の巻き込みに加えてSNS広告を活用することで、雲仙への旅行者（タビマエ含む）に対して、積極的な情報発信を行う。特に情報収集、体験アクティビティの予約・決済がシームレスな旅行を可能にするサービスを紹介します。

旅行者の活用を斡旋することで、満足度の向上、周遊促進による消費の拡大を目指します。



○取組詳細

■宿泊施設との連携

宿泊事業者のHP上にてウンゼリーヌの紹介を行うことで、タビマエ旅行者への情報発信します。

■報道関係者への協力依頼

報道関係者への取材依頼を通して情報発信の依頼を（連携）することで、旅行者への目に触れる機会を創出します。

（メディア露出）

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

②メディアミックスしたプロモーションの実施

■公式HP・SNSの活用

公式Instagram、公式HP（FindUNZEN）にてウンゼリーヌのリリースを周知します。専用ページを設け機能概要の説明、構築背景と目指す姿を掲載します。



■FindUNZEN PV数推移

目標	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	目標	達成率
55,000PV/月	39,915	45,667	52,379	80,082	104,399	55,624	378,066	320,000	118%

■Instagramインサイト

フォロワー以外のリーチが増えて新しい顧客へのPRができました。また、事業実施前フォロワー約4000名（毎月約50名程度の増で運用）に対して約半年の期間で約1700名のフォロワーを獲得しました。

閲覧 ①

140.4万

ビュー

フォロワー	5.6
フォロワー以外	94.4
リーチしたアカウント数	49.3万

コンテンツタイプ別

すべて フォロワー フォロワー以外



● フォロワー ● フォロワー以外

過去90日間

10月25日 - 1月22日

フォロワー情報

5,692
フォロワー

10月24日と比較して +22.3%

増加	
全体	1,038
フォロワー数	1,209
フォロワーをやめた数	171

全体 フォロワー数 フォロワーをやめた数



取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

③AI実装と運用

旅行者とのタッチポイント拡大に向け、FindUNZEN上にAIレコメンドを具備、また雲仙に特化したAIの育成のための運用方法の検討します。

■AI学習情報の整備

雲仙のより詳細で正確な情報を学習させていくために参考となるウェブサイトの情報を集約し整理。

■市内宿泊施設及び交通事業者等の参考サイト情報のとりまとめ

d	優先順位	URL	エリア
雲仙市観光ナビ / 雲仙市	高	https://www.city.unzen.nagasaki.jp/kankou/default.html	雲仙市
島原半島情報WEBサイト		https://www.shimakanren.com/	島原半島
長崎・雲仙を思いっきり楽しもう！定番から穴場までのおすすめ観光スポット11選		https://rlx.jp/journal/kyushu/72019	
雲仙市観光戦略		https://www.unzen-portal.jp/strategy/	雲仙市
雲仙IP全体計画.docx			雲仙市
雲仙ポータル		https://www.unzen-portal.jp/strategy/	雲仙市
雲仙小浜の宿泊施設の宿すべてのHP			雲仙市
九商フェリー		https://www.kyusho-ferry.co.jp/	雲仙市
熊本フェリー		https://www.kumamotoferry.co.jp/	雲仙市
諏訪の池ビジターセンター		https://www.unzen-suwanoike.com/	雲仙市
千々石観光センター		https://www.chidiwa.com/center/	雲仙市
雲仙よか湯		https://unzen-yokayu.co.jp/	雲仙市
森のしらべ		https://morinoshirabe.com/	雲仙市
雲仙ゴルフ場		http://www.unzengolf.com/	雲仙市
コワーキングスペース H.U.B 雲仙		https://reshimabara.net/hubunzen/	雲仙市
長崎観光/旅行ポータルサイト ながさき旅ネット		https://www.nagasaki-tabinet.com/	長崎県
MATCHA		https://matcha-jp.com/jp/list?region=142 https://matcha-jp.com/jp/21503	
島原鉄道		https://www.shimatetsu.co.jp/	諫早・島原半島
雲仙岳災害記念館（がまだすドーム）		https://udmh.jp/	島原半島
橋神社		https://www.tachibanajinja.com/	雲仙市
ながさき移住ナビ		https://nagasaki-iju.jp/appeal/unzen_city/	
雲仙市ふるさと納税特設サイト		https://unzen-furusato-tax.com/	雲仙市
星野リゾート みちくさガイド		https://hoshinoresorts.com/jp/guide/area/kyushuokinawa/nagasaki/unzen/unzen-kanko/	島原半島
湯にも地獄の物語		https://unzenonsen.unzen.org/yunimojigoku/	雲仙市
雲仙仁田峠プレミアムナイト		https://unzenonsen.unzen.org/premium_night/	雲仙市
雲仙市公式チャンネル		https://www.youtube.com/@unzenkousiki/videos	雲仙市
雲仙観光局		https://www.youtube.com/@user-q9ug8zo6x/videos	雲仙市
雲仙観光局		https://www.instagram.com/unzen_destination_service/	雲仙市
小浜ちりめんについて		https://mecicolle.gnavi.co.jp/report/detail/11356/	食事

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

③AI実装と運用

学習WEB / 資料	ステータス	記載日付	URL	変更URL
Find Unzen		2024/9/23	https://www.unzen.org/	https://www.unzen.org/
島原鉄道HP		2024/9/23	https://www.shimatetsu.co.jp	https://www.shimatetsu.co.jp
トヨタレンタカー特別プラン		2024/9/23	https://unzen-dmo.com/wp-content/uploads/2022/09/car_rental_flyer.pdf	https://unzen-dmo.com/wp-content/uploads/2022/09/car_rental_flyer.pdf
オオルリ天空飛行	URL変更	2024/9/23	https://widgets.bokun.io/online-sales/bc814751-70a1-4f49-b5d5-da191da0e99a/experience/824371/	https://www.unzen.org/article/oruriskyflight
四面宮伝説～温泉のはじまり～		2024/9/23	https://widgets.bokun.io/online-sales/bc814751-70a1-4f49-b5d5-da191da0e99a/experience/825455	https://www.unzen.org/event-activity/legend_of_shimengu
天幕レストラン雲仙 ～海～		2024/9/23	https://widgets.bokun.io/online-sales/bc814751-70a1-4f49-b5d5-da191da0e99a/experience/825326	https://www.unzen.org/article/tent_restaurant_sea
The road to UNZEN		2024/9/23	https://widgets.bokun.io/online-sales/bc814751-70a1-4f49-b5d5-da191da0e99a/experience/825817	https://www.unzen.org/event-activity/the_road_to_unzen
E-Bikeレンタル「UNZEN旅チャリ」		2024/9/23	https://select-type.com/rsv/?id=CEVKECEn1Xc	https://www.unzen.org/event-activity/e-bike
サンライズツアー		2024/9/23		https://www.unzen.org/event-activity/sunrise_tour
ツリークライミング体験		2024/9/23	https://www.unzen.org/article/shirakumo_activity	https://www.unzen.org/article/shirakumo_activity
絹笠山ハイキング		2024/9/23		https://www.unzen.org/event-activity/kinugasa_hiking
白雲の池ウォーキング		2024/9/23		https://www.unzen.org/event-activity/shirakumo_walking
天幕お茶会		2024/9/23	https://www.unzen.org/event-activity/tent_teaparty	https://www.unzen.org/event-activity/tent_teaparty
雲仙仁田峠プレミアムナイト	削除	2024/9/23	https://unzenonsen.unzen.org/premium_night/	9/30頃までに内容確定。その後ページ作成予定
雲仙ゴルフ場プレミアムナイト		2024/10/31	https://www.unzen.org/news/premiumnight_golf	
湯めぐり札		2024/9/23		https://www.unzen.org/article/yumeguri
早朝ナルディックウォーキング		2024/9/23	https://www.unzen-portal.jp/projects/nordic/%e3%83%8e%e3%83%ab%e3%83%87%e3%82%a3%e3%83%83%e3%82%af%e3%82%a6%e3%82%a9%e3%83%bc%e3%82%ad%e3%83%b3%e3%82%b0%e3%81%a8%e3%81%af/	https://www.unzen.org/article/nordic
湯にも地獄の物語		2024/9/23		https://www.unzen.org/article/yunimo
収獲サイクリング体験		2024/9/23		https://www.unzen.org/article/kangetsuso_cycling
ぶらり雲仙地獄ガイド		2024/9/23		https://www.unzen.org/article/jigoku_guide
火起こし体験		2024/9/23	https://www.unzen.org/article/shirakumo_activity	https://www.unzen.org/article/shirakumo_activity
絵付け体験		2024/9/23		https://www.unzen.org/article/kojiro_activity
国見神代小路ガイドツアー		2024/9/23		https://www.unzen.org/article/kojiro_guidetour
バックラフト		2024/9/23	https://www.unzen.org/article/shirakumo_activity	https://www.unzen.org/article/shirakumo_activity

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

■AI学習情報の運用

実際のAIウンゼリーヌの利用ログより誤解答している質問や、未回答している質問をすべて抽出し正しい回答の模範原稿を準備し学習させてAIの精度向上のための運用を実施しています。また、この回答の準備担当は実際に観光客と最も接する機会の多い観光案内所スタッフが対応する座組を作りました。（1月当たり約50～70程度の回答を準備）

No	期間	原文（質問）・要望	aに対する回答	修正希望内容	追加希望URL	備考	入力日
1	1024-1031	現地でどうやって移動すればいいの？	雲仙での移動には、島原鉄道やレンタカーが便利です。特に家族での旅行なら、レンタカーを利用すると快適に観光スポットを巡ることができます。詳しい情報は、 <link="https://unzen-dmo.com/wp-content/uploads/2022/09/car_rental_flyer.pdf"><color="blue"><u>トヨタレンタリース雲仙特別プラン</u></color></link>をご覧ください。	雲仙市内での移動には、島原鉄道やレンタカー、E-bike（電動アシスト付き自転車）が便利です。詳しい情報は、<link="https://unzen-dmo.com/wp-content/uploads/2022/09/car_rental_flyer.pdf"><color="blue"><u>トヨタレンタリース雲仙特別プラン</u></color></link>をご覧ください。	https://www.triplabo.jp/activity/ja/LINKTIVITY-A4WK1	文言の変更とリンクの追加	11/20
2	1024-1031	仁田峠周辺で夜景って見れるの？	はい、仁田峠周辺では美しい夜景を楽しむことができます。特に「雲仙仁田峠プレミアムナイト」では、満天の星空と夜景を堪能できます。詳細は、をご覧ください。素敵な夜をお過ごしください！	仁田峠は夜間立ち入りできません。仁田峠に繋がる、「仁田峠循環道路」の通行時間は夏季（4月～10月）8:00～18:00（下り線ゲート 18:45施錠）、冬季（11月～3月）8:00～17:00（下り線ゲート 17:45施錠）となります。		雲仙仁田峠プレミアムナイトは既に終了。今後も実施予定なし	11/20
9	1024-1031	雲仙のおすすめの温泉はどこですか	雲仙温泉の「湯の里温泉共同浴場 だんきゅう風呂」はおすすめです。地元の方々にも愛される、歴史ある温泉で、硫黄の香り漂う源泉かけ流しを楽しめます。リラックスしたひとときをお過ごしくださいね。	雲仙温泉の「湯の里温泉共同浴場 だんきゅう風呂」はおすすめです。レトロな雰囲気や地域の方々に愛されている温泉のひとつです。だんきゅうとは、らっきょうのことを指しており、かつて使われていたらっきょう漬の樽を湯船としたことからその名前が付けられています。100年以上も昔からある湯の里温泉共同浴場で、長い歴史を感じながら温泉をお楽しみください。その他にも雲仙温泉の情報が知りたい場合はこちらをご覧ください。（URL）	https://www.unzen.org/article/yumeguri		11/20

また、その季節に特に楽しめるコンテンツや期間限定のイベントや、予約数が足りていないツアーなど優先的に案内する情報などについても都度都度運用の中で精査をしています。



4.実証事業

原文（質問）	要望	alに対する回答	修正希望内容	備考
現地でどうやって移動すればいいの？		雲仙での移動には、島原鉄道やレンタカーが便利です。特に家族での旅行なら、レンタカーを利用すると快適に観光スポットを巡ることができます。詳しい情報は、<link="https://unzen-dmo.com/wp-content/uploads/2022/09/car_rental_flyer.pdf"><color="blue"><u>トヨタレンタリース雲仙特別プラン</u></color></link>をご覧ください。	雲仙市内での移動には、島原鉄道やレンタカー、E-bike（電動アシスト付き自転車）が便利です。詳しい情報は、<link="https://unzen-dmo.com/wp-content/uploads/2022/09/car_rental_flyer.pdf"><color="blue"><u>トヨタレンタリース雲仙特別プラン</u></color></link>をご覧ください。	文言の変更とリンクの追加
仁田峠周辺で夜景って見れるの？	雲仙に娘と行きたいんだけど、娘は何を楽しめる？15歳。	はい、仁田峠周辺では美しい夜景を楽しむことができます。特に「雲仙仁田峠プレミアムナイト」では、満天の星空と夜景を堪能できます。詳細は、<link="https://unzenonsen.unzen.org/premium_night/"><color="blue"><u>雲仙仁田峠プレミアムナイト</u></color></link>をご覧ください。素敵な夜をお過ごしください！	仁田峠は夜間立ち入りができません。仁田峠に繋がる、「仁田峠循環道路」の通行時間は夏季（4月～10月）8:00～18:00（下り線ゲート18:45施錠）、冬季（11月～3月）8:00～17:00（下り線ゲート17:45施錠）となります。	雲仙仁田峠プレミアムナイトは既に終了。今後実施予定なし
雲仙地獄は楽しいの？		はい、雲仙地獄はとても楽しいですよ！地熱や湯けむりを感じながら、自然の力を体感できます。遊歩道を歩きながら、大小さまざまな地獄を巡ることができ、特に夜のライトアップは幻想的で見応えがあります。地獄の蒸気で蒸された温泉たまごもぜひ試してみてくださいね。	はい、雲仙地獄はとても楽しいですよ！地熱や湯けむりを感じながら、自然の力を体感できます。遊歩道を歩きながら、大小さまざまな地獄を巡ることができ、特に夜のライトアップは幻想的で見応えがあります。地獄の蒸気で蒸された温泉たまごもぜひ試してみてくださいね。	地獄のライトアップはしていない
現地で自転車借りれるの？		はい、雲仙で自転車をレンタルできます！電動アシスト自転車「E-BIKE」をレンタルすることができ、フル充電で90kmの航続が可能です。詳しくは以下のリンクからどうぞ：<link="https://unzenonsen.unzen.org/watch/e-bike/"><color="blue"><u>E-BIKEレンタル</u></color></link>。自然の中をサイクリングするのはとても気持ちいいですよ！	はい、雲仙で自転車をレンタルできます！電動アシスト自転車「E-BIKE」をレンタルすることができ、フル充電で90kmの航続が可能です。詳しくは以下のリンクからどうぞ：<link="https://unzenonsen.unzen.org/watch/e-bike/"><color="blue"><u>E-BIKEレンタル</u></color></link>。自然の中をサイクリングするのはとても気持ちいいですよ！	リンク変更希望
夜のアクティビティはないの？		もちろん、夜のアクティビティもありますよ！「雲仙仁田峠プレミアムナイト」では、美しい夜景と満天の星空を楽しむことができます。地元の人々との交流もあり、特別なひとときを過ごせます。詳細はこちらをご覧ください：<link="https://unzenonsen.unzen.org/premium_night/"><color="blue"><u>雲仙仁田峠プレミアムナイト</u></color></link>。	もちろん、夜のアクティビティもありますよ！提灯片手に噴き出す蒸気と硫黄の香りを肌で感じながら、雲仙地獄にまつわる4つの物語を聞くナイトツアー「湯にも地獄の物語」がおすすめです。三味線や笛の音がどこかともなく聞こえてくる臨場感たっぷりの記憶に残る「地獄の物語」をお楽しみください！	雲仙仁田峠プレミアムナイトは既に終了。今後実施予定なし
温泉で心身を休める		素晴らしい選択ですね！雲仙温泉はリラックスに最適です。特に「小地獄温泉館」の温泉は地元でも評判です。雲仙随一の湯量を誇り、源泉直下にあるため直接湧き出た温泉が注がれます。硫黄の香りに満ちた白濁の湯は、単純硫黄泉でPH4.3の弱酸性。入浴後はお肌がしっとりすべすべ。古くから湯治などに利用されており、神経痛・冷え性、五十肩・疲労回復などに効果があるといわれています。ぜひ訪れてみてくださいね。温泉でのんびりした後は、どんなことをしてみたいですか？	素晴らしい選択ですね！雲仙温泉はリラックスに最適です。特に「小地獄温泉館」の温泉は地元でも評判です。雲仙随一の湯量を誇り、源泉直下にあるため直接湧き出た温泉が注がれます。硫黄の香りに満ちた白濁の湯は、単純硫黄泉でPH4.3の弱酸性。入浴後はお肌がしっとりすべすべ。古くから湯治などに利用されており、神経痛・冷え性、五十肩・疲労回復などに効果があるといわれています。ぜひ訪れてみてくださいね。温泉でのんびりした後は、どんなことをしてみたいですか？	四面宮伝説は期間限定の開催。次回開催未定。
おすすめの観光スポットは？		初めての雲仙訪問なら、「The Legend of SHIMENGU SHRINE」を体験してみてください。雲仙の温泉の起源や文化を探る旅が楽しめます。詳細はこちらをご覧ください：<link="https://www.unzen.org/event-activity/legend_of_shimengu"><color="blue"><u>四面宮伝説～温泉のはじまり～</u></color></link>。興味を持たれたことはありますか？	初めての雲仙訪問なら、雲仙温泉街にあり湯煙が立ち上る「雲仙地獄」や、小浜温泉の足湯「ほっと105」などがおすすめです。その他にも観光情報サイト「FindUNZEN」で観光情報を発信しておりますので是非ご覧ください。	
雲仙のおすすめの温泉はどこですか		雲仙温泉の「湯の里温泉共同浴場 だんきゅう風呂」はおすすめです。地元の方々にも愛される、歴史ある温泉で、硫黄の香り漂う源泉かけ流しを楽しめます。リラックスしたひとときをお過ごしください。ありがとうございます！雲仙の大自然を満喫するなら、絹笠山のハイキングや白雲の池周辺のウォーキングがおすすめです。素晴らしい景色を楽しんでください！また何か質問があれば、いつでもお知らせください。楽しい旅を！	雲仙温泉の「湯の里温泉共同浴場 だんきゅう風呂」はおすすめです。レトロな雰囲気や地域の方々にも愛されている温泉のひとつです。だんきゅうとは、らっきょうのことを指しており、かつて使われていたらっきょう漬の樽を湯船としたことからその名前が付けられています。100年以上も昔からある湯の里温泉共同浴場で、長い歴史を感じながら温泉をお楽しみください。その他にも雲仙温泉の情報が知りたい場合はこちらをご覧ください。（URL）	リンクの追加



4.実証事業

原文（質問）・要望	aに対する回答	修正希望内容	備考
カタログが欲しい	申し訳ありませんが、カタログの提供についてはお答えできません。詳しい情報は、直接スタッフにお問い合わせいただくことをおすすめします。他にお手伝いできることがあれば、どうぞお知らせくださいね。	観光パンフレットは雲仙観光局から送付しております。必要な場合はお電話0957-73-3434でご連絡ください。	文言修正
スタッフの連絡先は	申し訳ありませんが、具体的なスタッフの連絡先についてはお答えできません。詳細は、公式サイトや現地で直接お問い合わせいただくことをおすすめします。何か他にお手伝いできることがあれば、お知らせくださいね。	問い合わせ先は下記のとおりです。（雲仙温泉観光案内所）0957-73-3434（小浜温泉観光案内所）0957-74-2672 観光に関するお問い合わせなど気軽にご連絡ください。	文言修正
年末年始に雲仙を楽しむプランを教えてください	年末年始に雲仙を訪れるなら、温泉でゆったりと過ごすのはいかがでしょうか？また、雲仙灯りの花ぼうろのイルミネーションもおすすめです。幻想的な雰囲気を楽しめますよ。詳細はこちらをご覧ください： <link="https://www.unzen.org/event-activity/hanaboro"></link>< color="blue">< u>雲仙灯りの花ぼうろ</u></color></link>。素敵な年末年始をお過ごしください！	年末年始に雲仙を訪れるなら、温泉でゆったりと過ごすのはいかがでしょうか？また、2024年度の年末年始には雲仙地獄を歩くイベントも予定しています。詳細は近日公開予定です。是非雲仙観光情報ストックサイト「FindUNZEN」（URL）をチェックしてみてください。	文言修正・リンク追加
ランチは何が有名？	雲仙でのランチには、地元の食材を使った「やさい寿司」が人気です。新鮮な野菜を使ったヘルシーな一品で、目にも鮮やかです。詳細はこちらをご覧ください： <link="https://www.unzen.org/event-activity/vegetable_sushi"></link>< color="blue">< u>やさい寿司ランチ</u></color></link>。ぜひお試しください！	雲仙市内には美味しいランチを提供しているお店が多数あります。雲仙や小浜は「雲仙ハヤシ」、「小浜ちゃんぼん」などがおすすめです。国見町ではお野菜を使った「やさい寿司」や「お野菜ブッフェ」なども楽しむことができます。雲仙市内の食に関してはこちらからご確認ください。（リンク）	文言修正・リンク追加
他は？（アクティビティを一通り説明後の回答）	他には、雲仙仁田峠プレミアムナイトで美しい夜景を楽しむこともできます。特別な夜のひとときを過ごせますよ。詳細はこちらをご覧ください： <link="https://unzenonsen.unzen.org/premium_night/"></link>< color="blue">< u>雲仙仁田峠プレミアムナイト</u></color></link>。ロマンチックな時間をお楽しみください！他に興味のあることがあれば教えてくださいね。	提灯片手に噴き出す蒸気と硫黄の香りを肌で感じながら、雲仙地獄にまつわる4つの物語を聞くナイトツアー「湯にも地獄の物語」がおすすめです。三味線や笛の音がどこからともなく聞こえてくる臨場感たっぷりの記憶に残る「地獄の物語」をお楽しみください！	文言修正・リンク追加
焼肉屋さんがありますか？	申し訳ありませんが、焼肉屋さんの情報は手元にはありません。雲仙での他のおすすめやご質問があれば、ぜひお知らせくださいね！	雲仙市内には焼肉屋さんがいくつかあります。いくつか有名なものをご紹介します。雲仙温泉街：「焼肉の荒木」、小浜温泉：「焼肉一番」愛野：「焼肉牛花」瑞穂：「焼肉 政宗」…是非あなたのお気に入りの焼肉店を見つけてください！	文言修正
インスタは？	申し訳ありませんが、Instagramも利用していません。雲仙の観光情報やおすすめスポットについて、何か知りたいことがあればお知らせくださいね！	雲仙観光局ではInstagramやXなどのSNSを運用しています。是非フォローして雲仙市内の観光情報をチェックしてください。	文言修正・リンク追加
ネット予約もできますか？（絵付け体験について）	申し訳ありませんが、ネット予約に関する情報は手元にはありません。詳しくは直接スタッフにお問い合わせください。他にお手伝いできることがあれば教えてくださいね！	WEB予約も可能です。（URL）よりご確認ください。	文言修正
リンクを教えてください（ベジドリームについて）	申し訳ありませんが、「ベジドリーム」のリンク情報は手元にはありません。詳しい情報は直接お問い合わせいただくか、現地でお楽しみください。他に知りたいことがあれば、ぜひお知らせくださいね！	ベジドリームについてはこちらからご確認ください（URL）	文言修正
おすすめのお店	家族で楽しめるお店として、「かせやカフェ」をおすすめします。ここでは、地元で人気の惣菜パンやスイーツが楽しめます。特に「どっしりフレンチトースト」は絶品です。朝食やおやつにぴったりですよ。ぜひ訪れてみてくださいね！	家族で楽しめるお店として、「BON VOYAGE CAFE」をおすすめします。ここでは、スイーツや雲仙ならではの食事が楽しめます。特に人気な「お花かごと金炊おにぎり」は絶品です。ぜひ訪れてみてくださいね！	かせやカフェ、パンをやめた 文言修正
にじの湯柱は何？	申し訳ありませんが、「にじの湯柱」についての情報は持っていません。詳しい情報はスタッフにお問い合わせください。他に何かお手伝いできることがあれば教えてくださいね。	虹の湯柱は小浜歴史資料館（本多湯太夫邸）で見られる景色です。月に2回の源泉掃除の際、吹き上がる湯柱に虹がかかりそのように言われています。小浜歴史資料館についてはこちらの記事をご覧ください。（リンク）	文言修正
軽食はなにがありますか？（ほっとふっと105）	申し訳ありませんが、「ほっとふっと105」の軽食メニューについての具体的な情報は持っていません。詳しい内容はスタッフにお問い合わせください。他に何かお手伝いできることがあれば教えてくださいね。	ほっとふっと105では「温泉卵」や「温泉レモネード」などを楽しむことができます。近くの売店で販売しているので、足湯に浸かりながら是非お楽しみください。	文言修正
観光DX体験をおしえて	雲仙での食事を楽しむなら、「雲仙ハヤシ」がおすすめです。地元の宿泊施設や飲食店で提供されており、各店で工夫を凝らした味わいを楽しめます。また、地元の新鮮な食材を使った料理もぜひお試しください。雲仙の美味しい食事を堪能する準備はできていますか？	雲仙ではたくさんの体験ができます。是非こちらのリンクよりご覧ください（リンク）	文言修正・リンク追加

原文（質問）・要望	aに対する回答	修正希望内容	備考
今やっているイベントは？	申し訳ありませんが、現在のイベント情報については詳しくお答えできません。最新のイベント情報は、雲仙のスタッフに直接お問い合わせいただくか、公式サイトをご確認ください。素敵な時間をお過ごしくださいね！	最新のイベント情報については雲仙市観光ストックサイト「FindUNZEN」（リンク）または雲仙観光局のInstagram（リンク）よりご確認ください。	文言修正・リンク追加
おすすめの魚料理のお店は？	海辺での美味しい魚料理を楽しむなら、「天幕レストラン雲仙～海～」がおすすめです。地元的新鲜な魚介を使った料理を、海の景色と共に堪能できます。詳細はこちらをご覧ください： <link=¥"https://www.unzen.org/article/tent_restaurant_sea¥"><color=¥"blue¥"><u>天幕レストラン雲仙～海～</u></color></link>。ぜひ訪れてみてくださいね！	美味しい魚料理を楽しむなら、「海鮮市場 蒸し釜や」がおすすめです。小浜温泉の蒸気で蒸した魚はほんのり塩味がきいていて、身もふっくらしていてとてもおいしいですよ！	文言修正
（雲仙よか湯について）いくらですか	申し訳ありませんが、具体的な料金についてはお答えできません。詳細は直接施設にお問い合わせください。スタッフが親切に対応してくれると思いますよ。	雲仙よか湯の料金は、宿泊代が素泊り／1名当たり5,500円～です。日帰り温泉は大人500円、子ども250円です。貸切風呂は貸切料が1,300円、+入浴料が大人550円、子ども250円です。	文言修正
他のおすすめは、	「雲仙観光ホテル」もおすすめです。歴史ある建物で、温泉と美しい景色を楽しめます。家族でのんびりとした時間を過ごすのにぴったりですよ。	「雲仙観光ホテル」もおすすめです。歴史ある建物で、国の登録有形文化財にも指定されています。伝統が生み出した儼かな風格と気品にあふれる特別室や温かみのあるインテリアに囲まれた客室で、日常を忘れ、心解き放たれる特別な時間をお過ごしいただけます。	文言修正
宮崎から雲仙への行き方を教えて	申し訳ありませんが、宮崎から雲仙への具体的な行き方についての情報は持っていません。詳しいアクセス方法については、スタッフにお問い合わせいただくことをお勧めします。安全で楽しい旅をお祈りしています！他に何かお手伝いできることがあれば教えてください。	宮崎から雲仙へ行くには2通りの方法が考えられます。一つは福岡空港まで飛行機で移動し、福岡からJRとバスを利用する方法です。もう一つは高速バスで長崎まで移動し、路線バスを利用する方法です。	文言修正
佐賀市から車でどれくらい？	申し訳ありませんが、佐賀市からの具体的な所要時間についてはお答えできません。詳しい情報はスタッフにお問い合わせください。雲仙での素晴らしい体験をお楽しみください！他に何かお手伝いできることがあれば教えてください。	佐賀から雲仙へは車で2時間強かかります。	文言修正
雲仙温泉で安い宿は？	雲仙温泉でお手頃な宿をお探しなら、共同浴場がある宿がおすすめです。例えば、「湯の里温泉共同浴場 だんぎゅう風呂」は、地元の方々にも人気のスポットです。入浴料もリーズナブルで、家族でのんびり過ごすのにぴったりですよ。詳細は現地スタッフにお問い合わせください。	雲仙温泉でお手頃な宿をお探しなら、日帰り温泉がある宿がおすすめです。例えば、「雲仙よか湯」は、地元の方々にも人気のスポットです。入浴料もリーズナブルで、家族でのんびり過ごすのにぴったりですよ。料金は、宿泊代が素泊り／1名当たり5,500円～です。日帰り温泉は大人500円、子ども250円です。貸切風呂は貸切料が1,300円、+入浴料が大人550円、子ども250円です。	文言修正
コーヒー店の質問に対して	「地元のをを使った～」と回答	島原半島産のコーヒー豆はない。「店主が厳選した豆」に変更	文言修正
小浜ちゃんぽんの質問に対して	「エアリースープが特徴で～」	豚骨と鶏ガラをあわせたあっさり目のスープが特徴	文言修正
Find UNZENの紹介	雲仙公式ウェブサイト	雲仙観光情報サイト	文言修正
	言語の選択画面の後、個人情報保護方針等の画面で、同意する..ボタンが、日本語選択しても英語表記になっている	日本語選択の場合は日本語、英語選択の場合は英語	
Recommend some tourist spots.	I'm here to help with Unzen-related questions, but I can only provide information in Japanese. If you have any questions about Unzen, feel free to ask!	For a first-time visit, I recommend exploring the Unzen Jigoku, also known as "Unzen Hell," for its unique hot springs and steam vents. It's a fascinating sight! You might also enjoy the Foot bath "Hotfoot105" in Obama.	
What else do you recommend.	For a unique outdoor experience, try the Tree Climbing Experience. It's a fun way to connect with nature and enjoy Unzen's beauty.	I recommend Unzen Vidro Museum? You can make a photo frame, Dragonfly ball, Kaleidoscope and so on,	同じ回答をしていた。

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

③AI実装と運用

■AIの利用者数を増やすための工夫

①人型のアバターではなくゆるキャラを利用。



②ウェブサイトへのバナー展開。



③地域事業者へのPR（各宿泊施設ウェブサイトへの掲載依頼）、プレスリリースの実施、市役所の定例記者会見でのPR。

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

③AI実装と運用

■ システム開発

● コンセプト・機能概要

○コンセプト

FindUNZEN上にAIレコメンド機能をもつチャットボットを設置し、雲仙への旅行者に対して、宿泊・体験コンテンツの提案・予約への誘因を実施します。また、属性情報に基づいた最適な観光情報や商品の提案により、雲仙地域の観光収益の増加を目指します。

○機能概要

①チャットボット機能

質問への回答情報収集情報に基づき、最適な観光スポットや体験プランを提案します。

②AIレコメンド機能

観光客の出身地、性別、興味関心、誰と訪問したか、という属性情報を基に最適な観光スポット提案や体験予約サイトリンクへの誘因します。

③データ分析機能

・ログを分析し、旅行者の質問内容や興味関心の傾向を把握します。

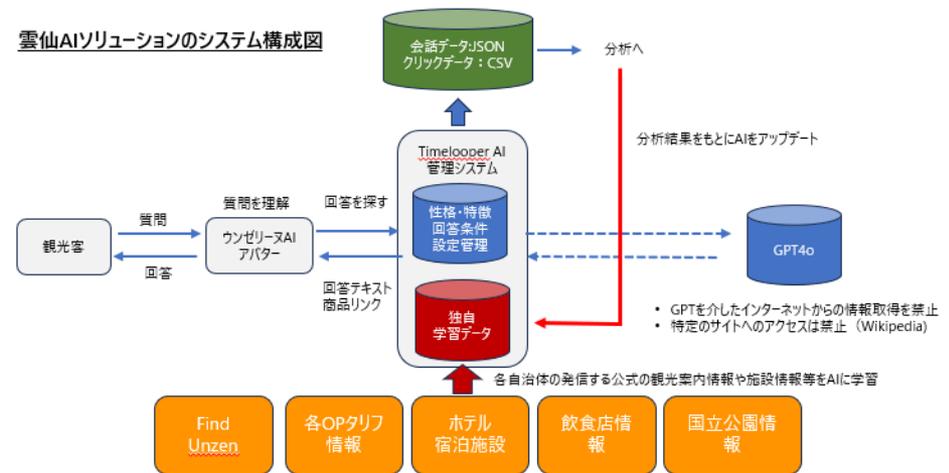
・収集された属性情報を分析し、ターゲット層の特性を把握します。

・レコメンド効果や顧客属性などのデータを可視化します。

④その他

外国人観光客にも対応するため、多言語に対応します。

● システム構成



○質問・回答の流れ

- ①旅行者がAIレコメンドに質問した内容を生成AI (GPT4o) に投入
- ②事前にAIに学習させた観光HP情報 (宿泊施設・飲食店・国立公園等の情報) をもとに、適切な回答を自動生成します。

○データの分析と分析結果の活用

- ①AI管理システム上で会話データおよびURLクリックデータを蓄積。
- ②蓄積したデータをダッシュボードで可視化/分析。
- ③分析結果をもとにAI学習データを修正し、回答精度を改善。

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

③AI実装と運用

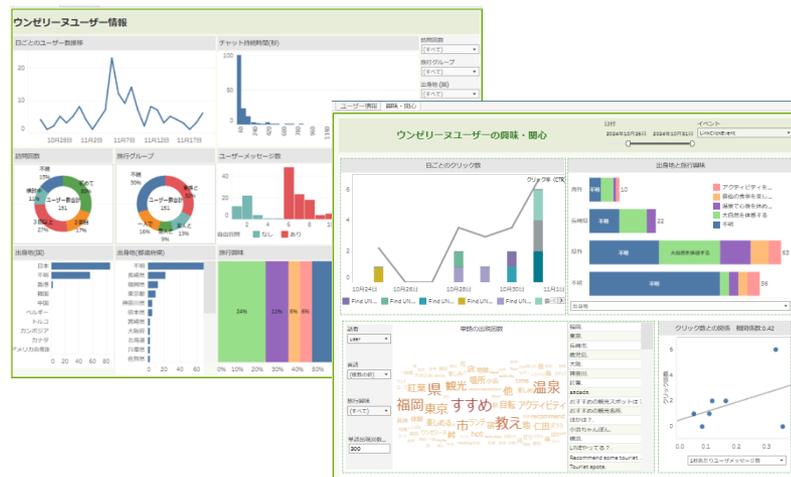
■ システム開発

● UI・UX



- 多言語に対応（英語・日本語）
- 雲仙市ご当地キャラクターのウンゼリーヌをアバターに利用。
- 背景を雲仙温泉とし、雲仙の魅力である「温泉」をアピール。
- 直感的な操作・利用のしやすさのためにシンプルなUIを採用。
- ユーザの使用するデバイス（モバイル/PC）に合わせた画面。
- アクセシビリティ向上のため、FindUNZEN上に設置。
- ログイン後の定形質問に回答後、自由質問が可能。

● データ可視化・分析<カテゴリ分析>



AIレコメンドへの回答を可視化。

↳利用者属性、体験ページへのクリック数、チャットログ(形態素解析)データを組み合わせて、利用者の傾向を把握。

⇒傾向に基づき、AIレコメンドのDBを更新し、施策を高度化。

⇒観光客の体験予約ページ遷移を促進し、さらなる売上向上につなげます。

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

③AI実装と運用

■ データ一覧

- ・チャットログ(json形式、ユーザーごとに情報取得)とイベントログ(csv形式、日ごとの集計)の2種類が存在
- ・黄色塗りつぶし部分をもとに可視化、分析を実施しました。

種別	項目	概要	粒度	形式
チャットログ	ID	接続ユーザー識別番号	IDごと	json
	チャット作成日時	チャット利用日時		
	チャット作成日時接続時間(秒)	接続時間÷利用時間		
	チャット内容	形態素解析によって頻出単語を分析可能		
	メッセージ数	ユーザー×回答含む総メッセージ数		
	ユーザーメッセージ数	利用者の回答数=(総メッセージ数-1)÷2		
	訪問回数	質問項目① 雲仙を訪れた回数		
	ユーザーの出身地	質問項目② 属性		
	ユーザーの出身地(自由入力)	AIにて表記ゆれを質問項目②に変換		
	旅行グループ	質問項目③ 誰と来たか (一人、恋人、友人と、家族と)		
	旅行興味	質問項目④ 何を楽しみに来たか (温泉、自然、食事、体験アクティビティ)		
	DATE			
	LAST_UPDATE			
イベントログ	資料デバイスタイプ - Mobile -	モバイルでの利用数	日ごとの集計	csv
	資料デバイスタイプ - デスクトップ -	デスクトップでの利用数		
	選択言語 - 日本語 -	日本語版の利用者数		
	選択言語 - 英語 -	英語版の利用者数		
	リンクのクリック数 - オオルリ天空飛行			
	リンクのクリック数 - Find Unzen			
	リンクのクリック数 - サンライズツアー			
	リンクのクリック数 - 白雲の池ウォーキング			
	リンクのクリック数 - 白雲の池の自然を生かしたアウトドアアクティビティ			
	リンクのクリック数 - 天幕お茶会			
	リンクのクリック数 - Road to Unzen			
	リンクのクリック数 - 衣笠山ハイキング			
	リンクのクリック数 - トヨタレンタカー 雲仙特別プラン			
メニュー内：プロモーションビデオ	動画再生回数			

参考：形態素解析・テキストマイニングについて

■分析の方向性

●目的

観光の課題分析・ニーズ分析

↳雲仙の魅力を活かした地域の事業者の収益向上

●方向性

①ウンゼリーヌから直接販売ページに接続し、KPIの売上向上を目指します(イベントログ)

各サイトのURLクリック数があるので、その回数の増減を確認して、「どれだけ体験商品のページに遷移したのか」を分析しました。

※体験商品側のページで、AIレコメンドからのアクセス分析はしません。各商品ごとにタグ埋め込みとURL作り直しが必要になり、さらに左下の商品紹介ページに遷移すると、右上の販売ページまでワンクッションおいてしまい、売り上げが下がる可能性があるため実施しません。

②会話内容を形態素解析し、特徴的なキーワードから傾向を把握する。傾向を地域事業者へ伝えることなどを通して、URLクリック数増加(売上向上)を目指します(チャットログ)

●利用者回答に関係なく収集可能な情報

- 回答日時
- チャット接続時間
- 利用者の回答メッセージ数
- 住まい
- 雲仙に訪れた回数
- 誰と来たか(一人、恋人、友人と、家族と)
- 何を楽しみに来たか(温泉、自然、食事、体験アクティビティ)
- 言語(日本語か英語か)
- デバイスタイプ(モバイル、デスクトップ)
- URLクリック数

●分析手法

①頻出語・トピック抽出※一般的な形態素解析

目的:よく質問されるテーマや関心事を特定。

方法:テキストから頻出単語を抽出

期待効果:旅行者の興味が集中する観光資源や課題を特定可能です。

②カテゴリ分析

目的:質問をカテゴリ分けし、観光客の行動パターンを把握。

方法:質問内容をフィルタ分けします。

言語、出身、デバイス＝タビマエ、旅アト、誰と、何を楽しむ、住まい

期待効果:旅行者が直面する情報ニーズを体系的に把握し、適切な施策を講じます。

③キーワードの時系列分析(今回は実施しない)

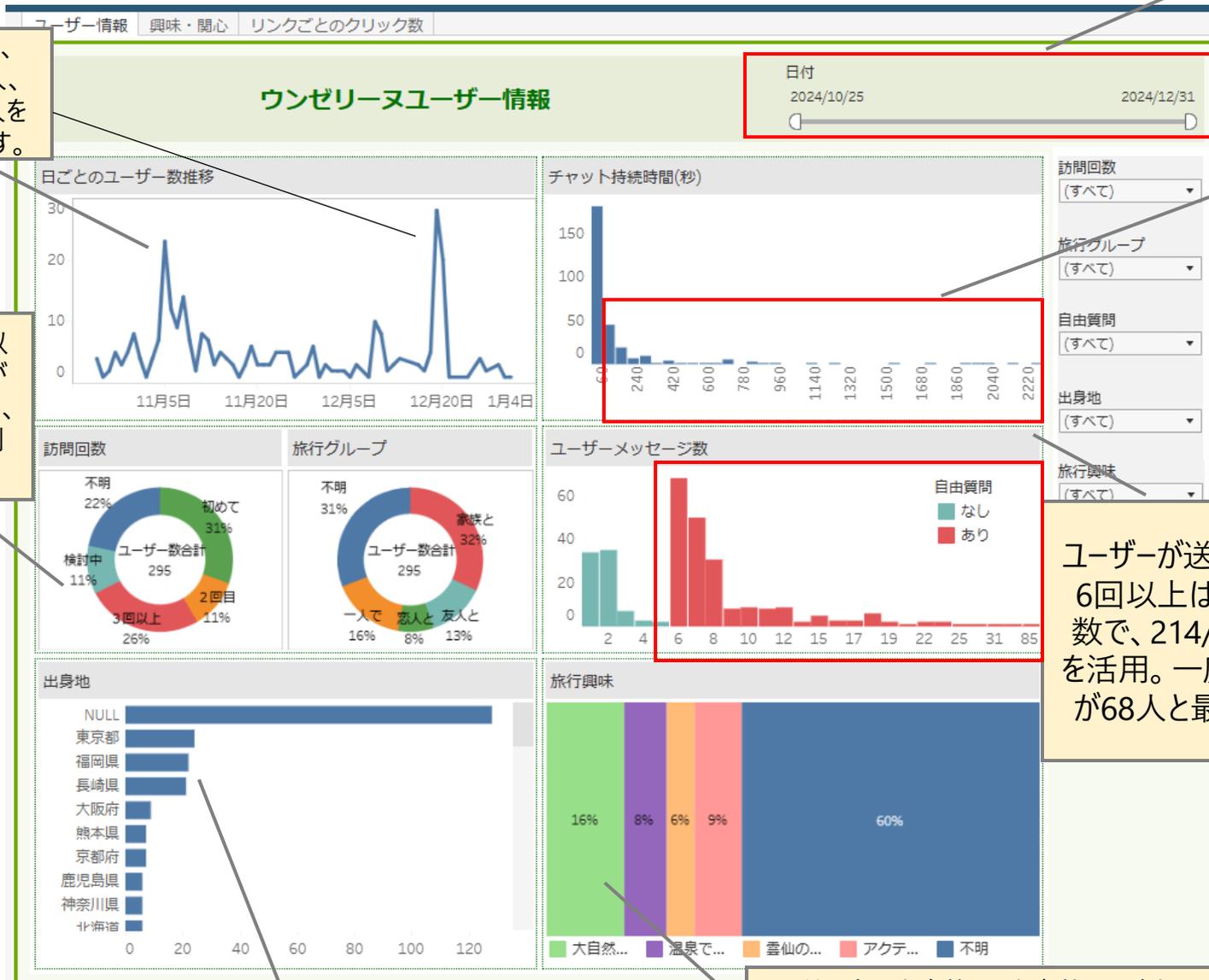
目的:季節やイベントに応じた関心の変化を把握。

方法:質問データを収集時期ごとに分け、キーワードの出現頻度を比較します。

•時系列でトピックの移り変わりを分析。

期待効果:季節限定のプロモーションや新規サービス提案に繋がります。

参考：観光ダッシュボード分析による示唆出し（分析対象期間：2024/10/25~12/31）



11/5が23人、12/19が28人、12/20が20人を記録しています。

スライダーを操作して、該当する期間の分析結果を確認可能です。

1分以上接続している人が114/295人

始めて、3回目以上の利用者数が多いです。2回目、検討中の方も利用しています。

始めて、3回目以上の利用者数が多いです。2回目、検討中の方も利用しています。

ユーザーが送ったメッセージ数。6回以上は自由質問をした数で、214/295人が質問欄を活用。一度質問をされた方が68人と最も多くなります。

ユーザーが送ったメッセージ数。6回以上は自由質問をした数で、214/295人が質問欄を活用。一度質問をされた方が68人と最も多くなります。

東京、福岡、長崎からのアクセス数が多い。スクロールすると一部外国の出身地も確認（トルコ2，アメリカ4など）

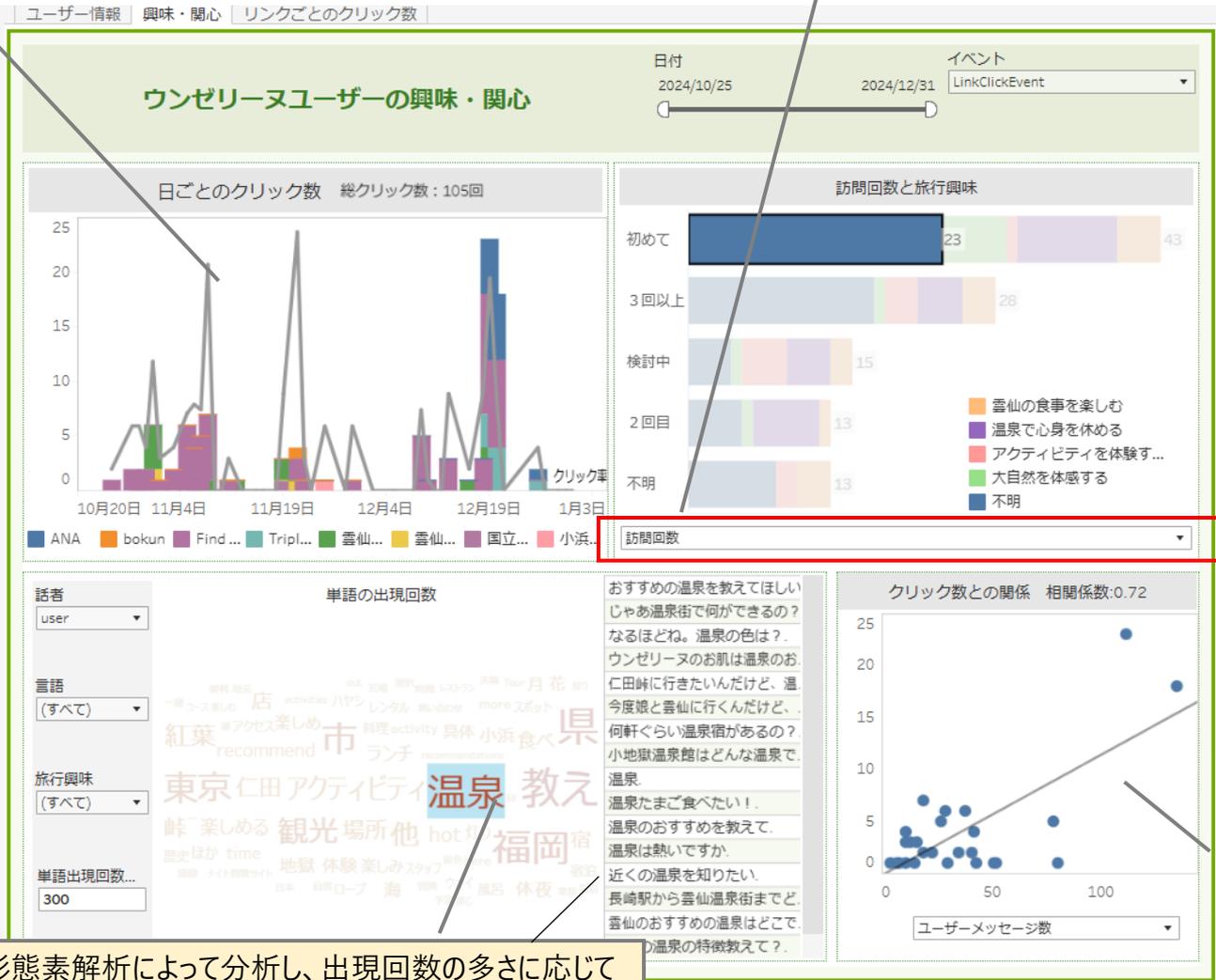
利用者の大多数は、大自然に興味あり。※不明は途中離脱者や識別不要な文字を入力されたケースとなります。



参考：観光ダッシュボード分析による示唆出し（分析対象期間：2024/10/25~12/31）

棒グラフは、日ごとの地域サイト申込URLクリック数です。
折れ線グラフは、表示した回数のうち、クリックされた回数を割合（クリック率）を表示。12/19,20のクリック数が20回前後と多いです。

訪問回数、旅行グループ、出身地と、ユーザーの属性情報によって、分析の切り口を変更可能です。



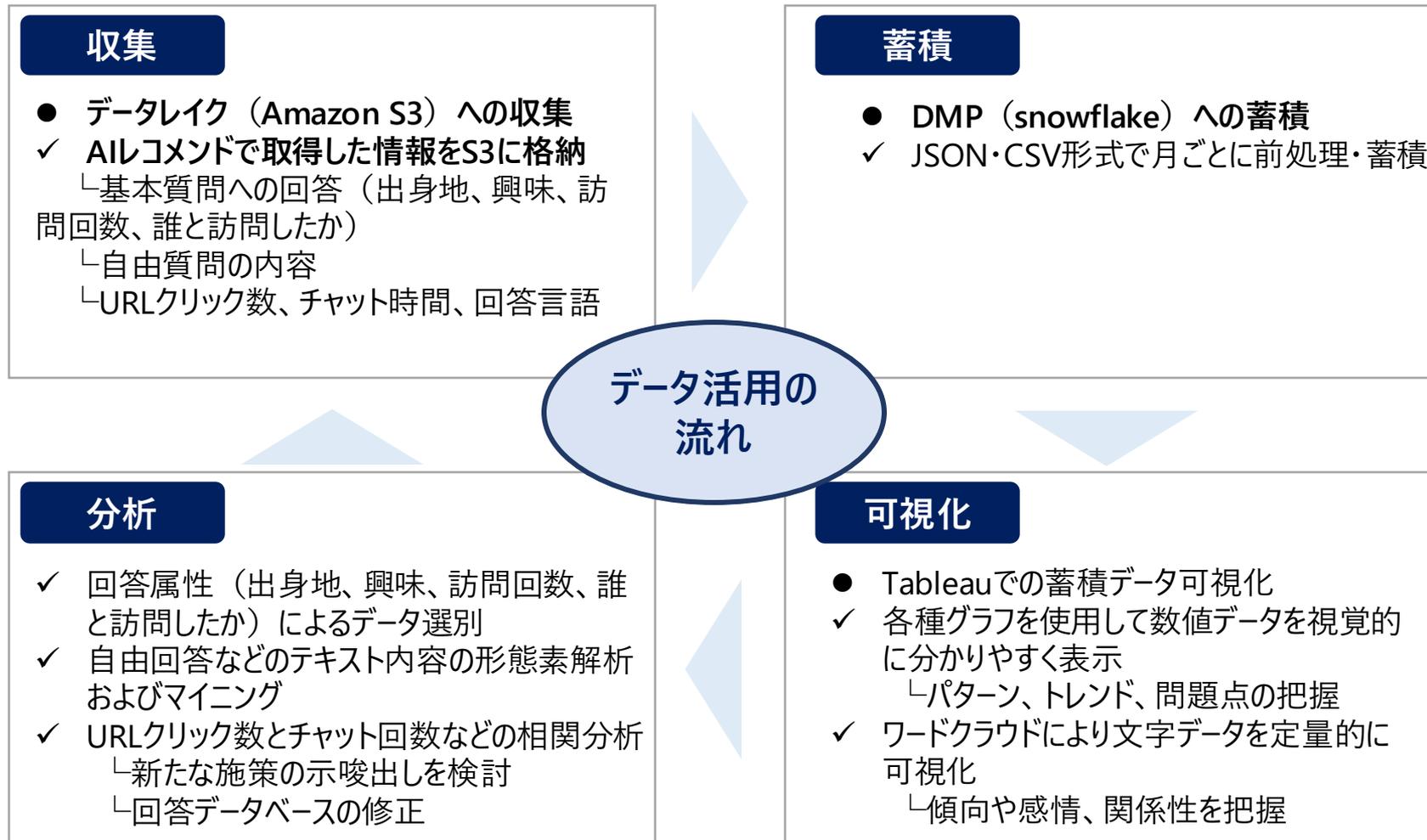
メッセージ数が多いほど、クリック数が高くなる相関を確認できます。

自由質問内容を形態素解析によって分析し、出現回数の多さに応じて視覚的に表示します。キーワードを選択することで、右側に質問内容を表示し、どのようなニーズがあるのかを確認することが可能です。

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進



4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

■ まとめ

- AIレコメンド導入によるタビマエ、タビナカのニーズの把握。
- 上記で把握したニーズや対応策について地域事業者に展開できる。
- 体制整備及びAI導入により生産性が向上したことで、セールスやPRに時間を割くことができ売り上げ増につながりました。

■ 目標

200万円×140%=**280万円**

R5年度雲仙観光局販売体験商品売上(200万円)、
R5年度期間内体験利用者(500名)、体験費用平均単価(4150円)

※アンケートより算出

※体験商品売上10%増

(観光戦略より2030年目標値120%+努力目標+20%増で設定)

■ 結果

440.5万円 (達成率：157%)

■ 結果の推移

項目	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	合計
目標：toC売上(万円)	16.6	84.2	122.9	190.7	220.7	230.7	280.0	280
実績(万円)	16.6	84.2	122.9	190.7	263.0	293.3	440.5	440.5
進捗率(%)	6%	30%	44%	68%	94%	105%	157%	157%

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

■ 注力した点・工夫した点

項目	主な活動	結果
生成AIの設計	AI利用者より少しでも多くの情報を取得しデータを得るために最初に簡単な質問をAIから利用者に対して問う仕様としました。	利用者の属性分析がより詳細にわかるようになり回答の準備などに役立っています。（来訪回数、目的、属性、在在地）
地域事業者との販売連携	自社で独自で販売をしている地域事業者や雲仙観光局より委託をしているガイドの方、観光局が独自で販売している商品など事情の違う商品群を整理しました。	運用ルールが定まったことで今後の拡大に向けても体制が整いました。また、雲仙観光局としては商品数が増えて、地域事業者としては販路が拡大しました。地域サイト整備とプロモーションの実施により昨年対比：220%の成果を上げました。

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

■ 既存toB向け商品の整理とセールス

■ toB向けの商品の整理

天幕レストラン



サンライズツアー



天幕お茶会



オオルリ天空飛行



取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

国内エージェント及び旅行関連の企業へのセールス

国内向けのtoBに対してセールスやオーダーメイドの商品造成及び販売を実施、加えてセールスのためのPRツールも作成。実際に某百貨店系列の旅行代理店に会員向け商品として「天幕レストラン（販売価格120万円）」の販売を達成しました。

セールスツール

地域特性

観光資源・小浜温泉の特色	観光価値	付加価値
<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>	<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>	<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>
<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>	<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>	<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>
<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>	<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>	<p>温泉</p> <p>温泉が100%の地産地消。温泉が中心産業であり、温泉が温泉地を盛り上げ、温泉地が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。温泉が温泉地を盛り上げる。</p>

長崎県雲仙市 知ってほしい

火山を体験する「蒸し料理」

海沿いに自癒する小浜温泉の足湯と夕日

温泉地帯の桜の先陣、桂神社

温泉「湯道」のモダンになった利用現場

天幕レストラン



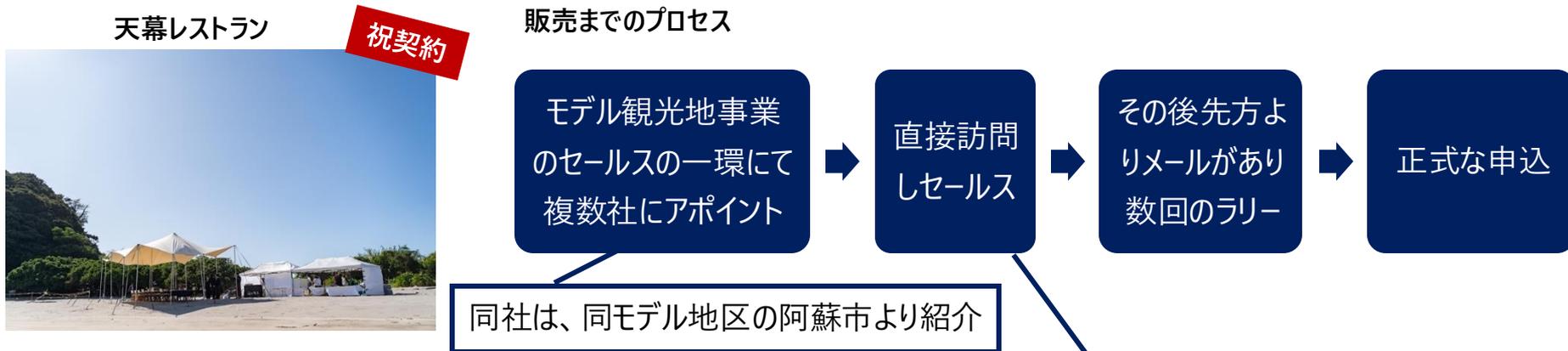
オーダーメイド商品



取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

某百貨店系列の旅行代理店販売に達成の経緯

富裕層向け商品“天幕レストラン”の実販売までのセールスの流れを整理



同社はクルーズトレイン「ななつ星in九州」の商品販売もしており、実際に利用したお客様より雲仙の体験が良かったと評判を聞いていたことから関心を持っていた。

販売につながったポイント

- ・今回購入いただいた商品は、同社の会員向けのツアー企画にて販売が決定。ほかの商品を見ると同額程度の商品が多く、価格感がマッチした。
- ・雲仙独自の体験（雲仙でしか体験できない商品）であったこと
- ・雲仙で今、注目されている「在来種野菜（種どり野菜）」が今、多くのメディアに取り上げられており関心を持たれていた

→食の体験コンテンツに対しては反応が良く、旅行会社も情報を欲している様子。また、その地域でしか体験できないコンテンツであることは非常に重要。

取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

途中経過を見せるWEBプロモーションの実施

雲仙観光局では「途中を見せる」プロモーションを実施しています。完成した商品ではなく、商品が完成するまでの造成の過程や苦労している点なども開示することでPRプラス仲間づくりや関係人口を増やすことを目的としたサイト「雲仙ポータル」を活用したPRを実施しました。実際に、本サイトを見て企業からの問い合わせや相談が来ています。

全買
集合

雲仙ポータル

2024.11.04
四面宮伝説～九州守り神「四面宮」誕生秘話～
秋季特別公演のようす

9月14日(土) 第1回公演/18:00～
第2回公演/20:00～
料金: 3,000円/1名

九州の守り神
四面宮 誕生秘話
秋季特別講演@温泉神社

1 温泉神社

2025.01.06
第4回橋湾地区をもっと好きになるWGのようす

11月半ば、洞窟楽道家と小浜体育館をお借りして、「第4回橋湾地区をもっと好きになるワークショップ」が開催されました！
前編までの様子はこちら！

第1回 第2回 第3回

試しに「蒸し釜インストラクター育成～でならい～」
これまで、ずっと前のワークショップでしたが、今回は実際に橋湾エリアでしか出来ない体験をやってみよう！とのごことで、小浜温泉館にある、洞窟楽道家にお邪魔しました！
その後も「蒸し釜インストラクター育成～でならい～」小浜温泉の蒸し釜を使って、何だかどうの間の時間を楽しく過ごせるのを、詳しい人に教えてもらいながら、できたたかたも美味しく食べるといふ体験です。
教えてくださるのは、洞窟楽家のオーナー山下隆輝さんと、雲仙観光局の高原菜々子です。

1 山下さん 1 高原さん

1 食材を見ながら、説明していきます。 1 ずらりと並ぶ山崎製パン。どれも高単価商品です。

1 蒸し釜作りは温泉神社の奥庭の下。

取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

■ 商談会やセールス用のツールの制作

セールス担当とコミュニケーションをとり、要望や課題感をヒアリングしたうえでセールスツールの作成を実施しました。

国内セールス、プレゼン資料

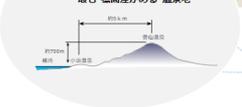


雲仙市とは？

雲仙市は、島原半島の入り口に位置しており、普賢岳、雲仙地獄といった雄大な自然環境を有し、雲仙天草国立公園は日本最初の国立公園に指定されています。

また、雲仙温泉と小浜温泉という泉質の異なる温泉を有する温泉地でもあります。県内有数の農業地帯でもあり、有明海、橋湾から獲れる豊富な水産物とともに、豊かな食材はこの地域の特徴の一つです。

海と山に位置する半径9km以内にある2以上の温泉街で
 自給自足の温泉地



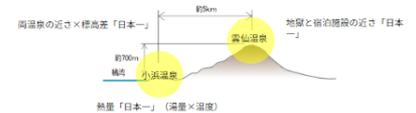
総人口：約4.2万人 世帯数：15,008 世帯
 総面積：約214km² (東京都23区の1/3) 主産業：農業、観光業



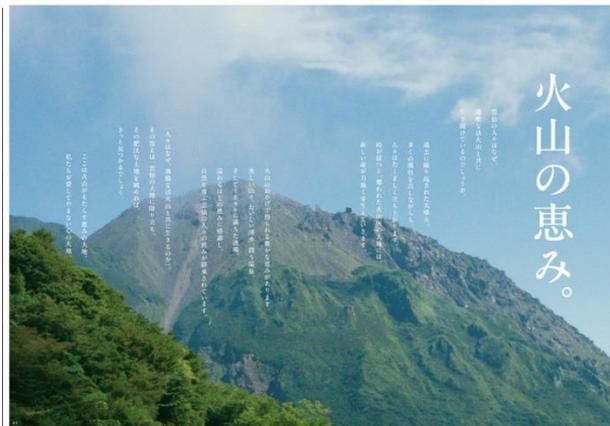
地域特性

1. 地域の基本情報

雲仙市は雲仙温泉と小浜温泉の2つの温泉街を持つエリアである。雲仙温泉は標高700m程の高地のため涼しく、明治時代から観光地・保養地として有名で、8月の平均気温は札幌と同程度である。一方、小浜温泉は純粋な地熱を従って海抜約0mに位置する温暖な温泉地である。10℃の温泉が湧き、熱量・温度ともに全国1位である。なお、両温泉間の距離約8kmは約25km、標高差700mに近さと標高差は日本一とされており、また、雲仙温泉にある御蔵と宿務院の谷は日本一とされている。つまり両温泉間には3つの日本一を有しているといえる。このように雲仙市は真逆の性質の温泉街が、約5kmのコンパクトなエリア内に存在する地理的特性を持つ地域である。



メディアやエージェント向け観光冊子「FindUNZEN」



火山の恵み②
 地球を感じる
 感動体験

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

■ まとめ

- 体験コンテンツの販売を行うにあたり、まずは商品の棚卸を行い、社内スキームを整備しセールスに割く時間が増えたことで、生産性が向上し、売り上げ増につながりました。

■ 目標

- ①430万×140%=602万
※体験商品売上120%増（観光戦略より）+努力目標20%増
※R5年度雲仙観光局toB売上/430万（10本受入れ）
- ②高価格商品で売上実績のある商品/約30万円
※年間販売目標2件以上
※30万×2=60万

■ 結果

- ①777.9万（117.5%達成）
- ②0万（達成率0%）

【toB受入の例】

- ・モデル観光地関係の視察受入コーディネイト
- ・インタプリテーション全体計画関係視察受入コーディネイト
- ・丸の内シェフズクラブ受入

- ・JR九州 ななつ星特別体験受入
- ・某保険会社社員用福利厚生ツアーの受入れ
- ・天幕レストラン等

■ 結果の推移

項目	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	合計
目標：toB売上(万円)	5	17.0	199.9	373.9	473.9	573.9	662.0	662
実績(万円)	5	17.0	199.9	373.9	497.9	603.9	777.9	777.9
進捗率(%)	1%	3%	30%	56%	75%	91%	118%	118%

4.実証事業

3.各取組の詳細

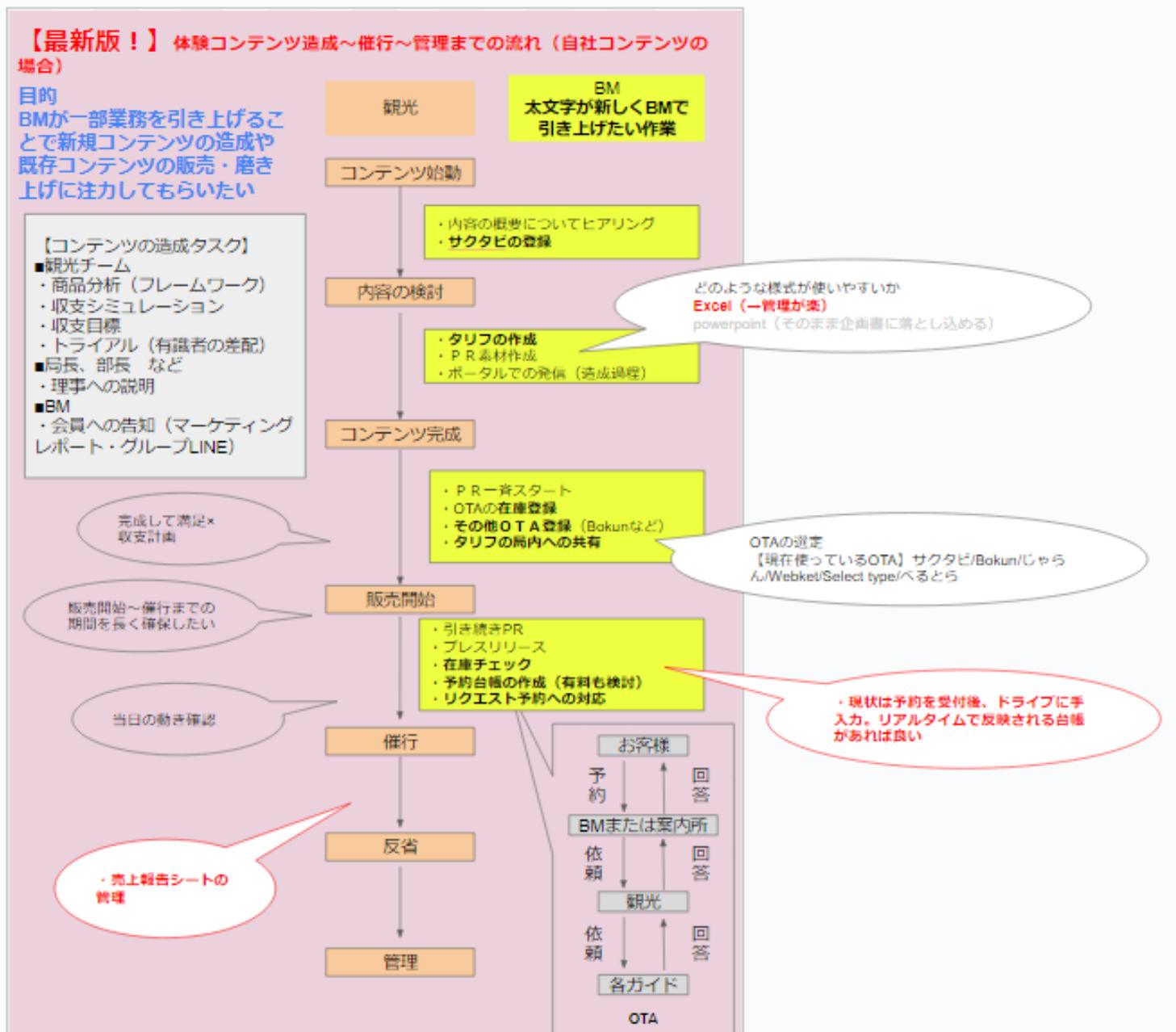
取組2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

■ 注力した点・工夫した点

項目	主な活動	結果
セールスツールの精査	実際にセールスをする観光振興事業部の営業担当者に対してセールス実施ごとにヒアリングを実施しました。主に、担当の要望やプレゼンしてみたのクライアントのリアクションを参考に改良を加えました。	実際に新規のtoB商品の販売につながり、高価格な商品（120万円）の商品販売実績にもつながりました。
オンライン上の問合せからの受注、実施までの流れ	前途の通り、オンラインからの問い合わせも増えてきており、組織横断で対応するための体制を工夫しました。具体的にはSlack上に体験アクティビティの手配やり取りのみの専用チャネルを作り、運用ルールを作り運用を励行しました。	広報担当がオンライン問い合わせに対して回答を行い、観光チームと連携しながら適宜造成・担当窓口・当日運営を臨機応変に対応しました。最初の返答を固定にすることでレスポンスのスピードが上がり、問合せを寝かせるようなことがなくなりました。



参考：社内用体験コンテンツ造成～催行～管理までの流れの整理資料



4.実証事業

3.各取組の詳細

取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

■ インバウンド向け商品の整理

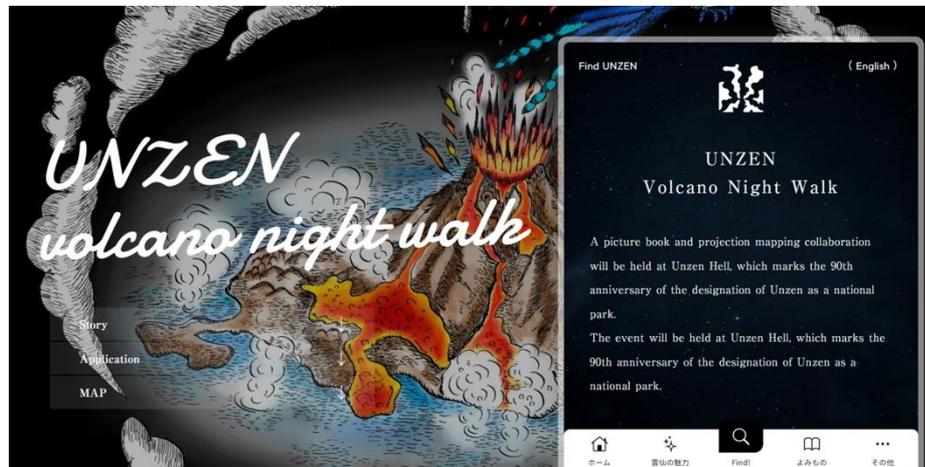


取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

■ インバウンド向け商品新規開発、情報発信



特設LP



■ 商品概要

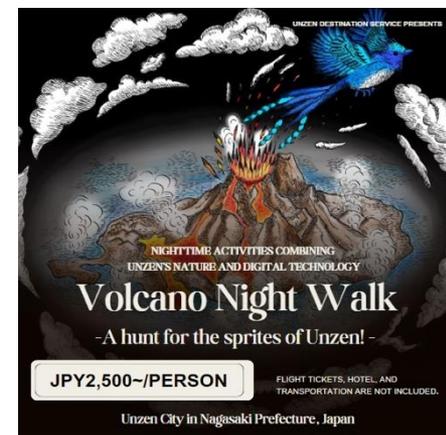
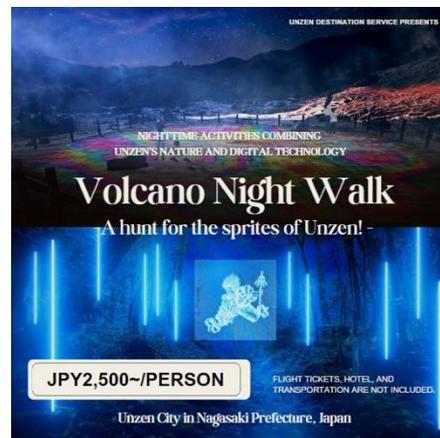
商品名：ボルケーノナイトウォーク

日時：2024年12月30日（月）～1月13日（月・祝）

料金：大人2,500円 中高生1,500円 小学生1,000円/未就学児無料

火山の恵みをコンセプトとした自然×映像×絵本の体験型ナイトウォーク。絵本の物語（雲仙の逸話や伝説に基づいたオリジナルのストーリー/英語併記）に沿った自然環境を活かした演出を楽しむイベントです。

SNS広告配信用バナー



取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

■ モデル観光地事業との連携によるインバウンド向け高単価商品の販売の実施しました。



Tent Restaurant: A Return to Culinary Roots

トップ - イベント・体験 - Tent Resta... (SCROLL)

A Unique, One-Day Restaurant Experience in Unzen

Indulge in a leisurely time surrounded by nature, savoring dishes created by chefs who cherish their hometown.



Unzen, a popular summer resort during the Meiji era, welcomed many foreigners. A hundred years ago, these visitors enjoyed sketching the white clouds reflected on the pond, boating, and other leisurely activities.

Inspired by the desire to recreate the luxurious and elegant atmosphere of that era, while also enjoying the natural beauty and cuisine of Unzen, we present "The Tent Restaurant - Origins."

Unleash your senses in the great outdoors.

This year's theme is "All-inclusive Unzen Time."



The venue is Unzen's Shirakumo Pond, where the trees are beginning to change color, signaling the arrival of autumn. Enjoy activities at your own pace, such as hiking Mount Kinugasa or trying packrafting. You can also try your hand at fire-making, relax in a hammock, or sketch the beautiful scenery. With afternoon tea and light refreshments available, you can spend the entire day relaxing in the abundant nature of Unzen.



A feast for the senses, featuring local ingredients.

As the sun sets, a tent restaurant will be set up on the shore of Shirakumo Pond, where top chefs from Unzen will prepare a special course using the freshest local ingredients. You can savor the flavors of autumn in Unzen with all five of your senses.



■ 販売仕様確定

開催日程：11月26日（火）昼

会場：白雲の池

集客：2名有料販売成功

料金：4.98万円

申込方法：作旅

その他：体験含むオール
インクルーシブで販売

■ プロモーション実施

・WEBサイト制作

・SNS広告実施

取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

■ 商談会やセールス用のツールの制作

セールス担当とコミュニケーションをとり、要望や課題感をヒアリングしたうえでセールスツールの作成を実施しました。

インバウンド用プレゼン資料

UNZEN CITY [1]

TENMAKU RESTAURANT

WE'LL FILL YOUR DISHES WITH THE CHEF'S LOVE, PASSION, AND THE RICHNESS OF THE YUFI RANGU

■ You can enjoy a full-course meal imbued with the energy of the Earth, Sun, Air and Water of the Shimabara peninsula.

■ We're pairing drinks with the food.

■ You can listen to explanation of the ingredients from the chefs and the guide while enjoying the sound of the waves in the background and tasting the meal in a live kitchen restaurant atmosphere.



UNZEN CITY [2]

UNZEN VOLCANO STORY - SKY • SEA • EARTH -

EXPERIENCE UNZEN VOLCANO'S GEOTHERMAL WONDERS AND RESILIENT HISTORY.

■ Trekking to visit an old volcano and learn about its vegetation and its relationship with people.

■ Trekking across three peaks to see a new volcano that erupted 30 years ago.

■ Downhill cycling to experience the blessings of the mountains and the sea.



観光での商談会用のプレゼンテーション動画の作成



4.実証事業

3.各取組の詳細

取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

■ まとめ

- 1名約5万のツアー商品の販売実績ができました。（目標は未達だが、高単価商品を地域サイトにて販売しました。）
- 具体的なDXでの策のなかったインバウンド市場においてアプローチの方法のヒントを得ました（Docsend）

■ 目標

申込数 2 件以上

※雲仙の最も観光客の多い紅葉時期と、閑散期各1回ずつ
※FindUNZENインバウンドページ：平均月間PV：300PV

■ 結果

申込数1件

※FindUNZENインバウンドページ：平均月間PV：480PV

■ 結果の推移

項目	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	合計
目標：インバウンド商品売上(万円)	0	0	0	0	50	110	160	160
実績(万円)	0	0	0	0	0	32.0	0	32.0
進捗率(%)	0%	0%	0%	0%	0%	20%	20%	20%

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

■ 注力した点・工夫した点

項目	主な活動	結果
インバウンド商品の造成・販売のための組織内横断のMTGの実施	前途の通り、従来はセールスと広報を1つのチームで担っていましたが本事業を契機に分担を行いました。商品造成時から企画チームは入り複数回のMTGを重ねて実販売から当日の運営までを行いました。	業務のタスクを早い段階で分担することができたので運用面において生産性が向上しました。またプロモーションチームとしても作成するPRるツールのひな形などが完成したおかげで今後の同様の商品開発時に手間を軽減して運用ができるノウハウを取得しました。
セールス結果やクライアントの要望の共有	セールスツールを作成するにあたり実際のセールス担当へのヒアリングを行った上で資料作成を行いました。	よりニーズに沿った資料を作成するためにヒアリングの数を増やしたことで、組織横断でセールスにあたる機運の醸成につながりました。また直接顧客とは接していない企画チームにも新しいインプットが増えました。

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

■課題と対応策

全取組4つの内、取組③のみKGI、KPI共に未達だった。DX領域でのインバウンド施策の難しかった点と今後の展望を記載します。

●デジタル領域におけるtoC向けのプロモーションはターゲットや方法が膨大だが、海外市場に対する知見も乏しく限られた費用の中で施策を実施することができなかった。

→対策として、自社サイトの充実ではなく既にユーザー数の高い媒体で無料でアカウントを発行できるサイトなどに雲仙の情報を集約（長崎県観光連盟、MATCHA等）

●toB向けの商品販売の知見も上記同様なく、自社サイトへの情報掲載の方針を立てることができなかった。

→toB向けのインバウンド商品は高額なコンテンツが多く、オンライン上の決済は現実的ではないという結論に落ち着き、モデル観光地事業（雲仙観光局が観光庁より、別途採択いただいているインバウンド向けの事業）と連携をした取組にて対応。

●雲仙の観光地としての素材の評価やレコメンド等をセールス以外で把握する方法がない。

→本事業を通して知ることのできた「Docsend」の導入を決定。セールスツールの作成と、Docsendの導入準備を実施。

取組4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組

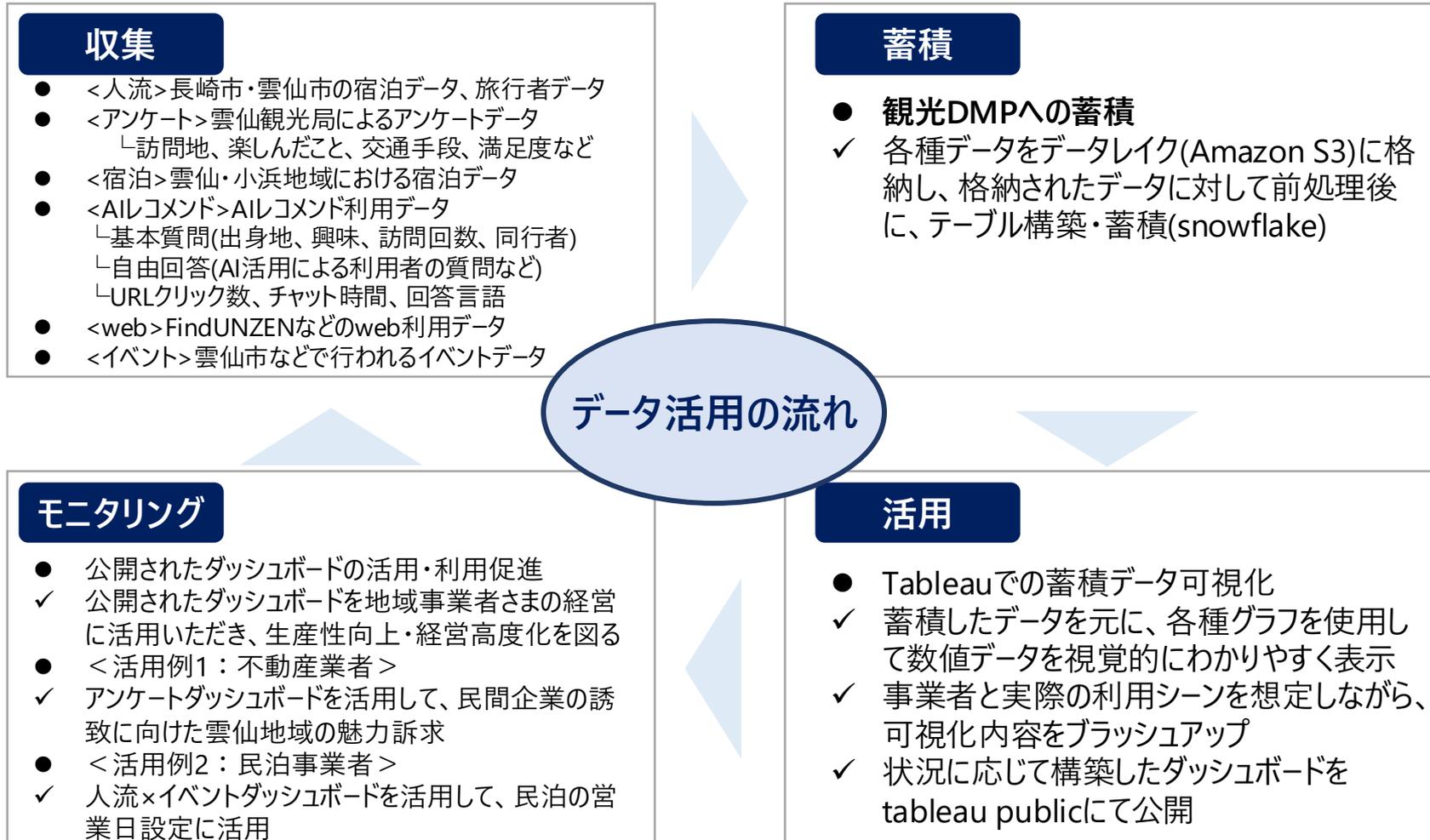
■ 活用データ一覧

データ名	活用データ	収集方法	活用イメージ
アンケートデータ	雲仙観光局 アンケートデータ	宿泊施設に設置したアンケートQRコードにより回収	<p>事業者が、自社のマーケティング施策検討の際に活用できるようにします。</p> <p>① 属性の絞り込みから、年齢、性別ごとのニーズを絞り込みをします。</p> <p>② タビマエ・タビナカ・旅アトに分けて、「旅行のきっかけ」「楽しんだこと」「満足度」の項目から数値による傾向把握します。</p> <p>③ 旅アトの回答者コメントから、雲仙小浜地域にどのようなニーズがあるのか把握します。</p> <p>④ 絞り込んだターゲットの特徴やコメントを踏まえて、自社が今後強化すべきマーケティング施策や経営の注力点を把握できます。対外的な雲仙地域の魅力訴求の発信にも活用可能です。</p>
人流データ	お出かけウォッチャー	契約アカウントから抜粋	<p>飲食・宿泊などの事業者が、自社の営業可否検討の際に活用できます。</p> <p>① 「発地分析（日別）」から雲仙市訪問者数と長崎市訪問者数を比較し、長崎市のイベントによる雲仙への旅行者の増減を予測します。</p> <p>② 「宿泊者（日別）」分析から宿泊者数とイベントデータを掛け合わせ、宿泊傾向を把握します。</p> <p>③ 過去データを元に、旅行者・宿泊者数が多い時期や雲仙小浜地域でのイベントを把握し、営業日・休業日の設定を行います。</p>
イベントデータ	近隣自治体作成 スポーツイベントのデータ	近隣自治体への協力を得て 受領	<p>（想定）飲食・宿泊などの事業者が、人員・スタッフの配置や営業可否検討の際に活用できません。</p> <p>① 各宿泊事業者の過去データと予約データを可視化し、将来の地域の予約状況を把握します。</p> <p>② 予約状況が多い場合には、人員・スタッフの配置増や営業時間延長を検討します。</p>
宿泊データ	宿泊事業者PMS、SC	宿泊事業者との連携により 宿泊データ分析システム(PMS SC)から抽出	<p>（想定）飲食・宿泊などの事業者が、人員・スタッフの配置や営業可否検討の際に活用できません。</p> <p>① 各宿泊事業者の過去データと予約データを可視化し、将来の地域の予約状況を把握します。</p> <p>② 予約状況が多い場合には、人員・スタッフの配置増や営業時間延長を検討します。</p>

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組
データ活用の流れを示します。



4.実証事業

3.各取組の詳細

取組4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組

■ 注力した点・工夫した点（実証全体）

項目	主な活動	結果
自走化を見据えた観光DMPの継続的な運用体制の整備	<p>次年度以降の継続的なDMP運用に向けて、雲仙観光局のメンバーにもノウハウが蓄積できるような体制整備を行いました。</p> <p>具体的には、各システムから生データのダウンロード、およびDMPへのデータ格納をマニュアル化する事で、雲仙観光局側にて実施できる体制としました。これにより、データにする理解定着及び持続的なDMP運用の体制を整えました。また、データ選定および掛け合わせにおいて、雲仙観光局含めたコンソーシアムで取り組むことで、データ利活用に関する知見も蓄積できました。</p>	<p>以下の、データ選定や掛け合わせパターンを構築しました。</p> <ul style="list-style-type: none">・アンケートデータ：年度によって異なる回答項目の統一・お出かけウォッチャー：複数種類のデータから「見える化」すべき掛け合わせパターンを確立・イベントデータ：データ更新用のフォーマットの確立
事業者への利活用促進	<p>構築した観光DMPおよびダッシュボードを事業者にも活用してもらうために、雲仙観光局公式サイトにて一般公開しました。この際、「事業者が使いやすいダッシュボード」となるように、タビマエ・タビナカ・タビアトの流れを意識して、事業者が感覚で触れるようなUIに工夫しました。</p>	<p>12/9にオープンデータ化を行い、リリース1か月で564件のレビューを確認しました。データリテラシーの高い事業者は、ダッシュボードを活用した営業資料を作成するなど、今後の事業者への利用促進のための基盤を作ることができました。</p>

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組

■ まとめ

- 観光DMPを構築する中で作成したダッシュボードを活用し、個別事業者と連携したことで、データを活用した事業変革の第一歩を事例として創出することができました。
- 不動産事業者、民泊事業者と異なるジャンルの業種で成果を出すことができたことで、さらなる他事業者への展開の可能性も広がりました。

■ 目標

観光DMPにて蓄積したデータを活用し、事業者と連携した取組を提案し、伴走しながら事例を創出。

※オープンデータを活用した事例創出数：2件以上

※オープンデータのPV数3000PV/月

(参考) 雲仙観光局事業者向けサイト平均2500PV/月

■ 結果

オープンデータを活用した事例創出数：2件

オープンデータのPV数564PV/月

(参考) 雲仙観光局事業者向けサイト平均2790PV/月
観光DMPに蓄積したデータをダッシュボード化し、事業者の意見を踏まえて、経営の高度化に活用できるレベルまで整備しました。不動産事業者は、商談のための営業資料に活用されました。民泊事業者は、人流×イベントデータを考慮した営業日設定を行い、12/15-1/14期間において合計135名宿泊されます。期間中の稼働率は約39.7%であり、観光庁集計の全国平均28.7%(2018年)を上回る結果となりました。

■ 結果の推移

	数値	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	最終実績
オープンデータを活用した事例創出	2件	0	0	0	0	1	1	0	2
実績	0件	0	0	0	0	0	1	1	2
進捗率(%)	100%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	100%	100%

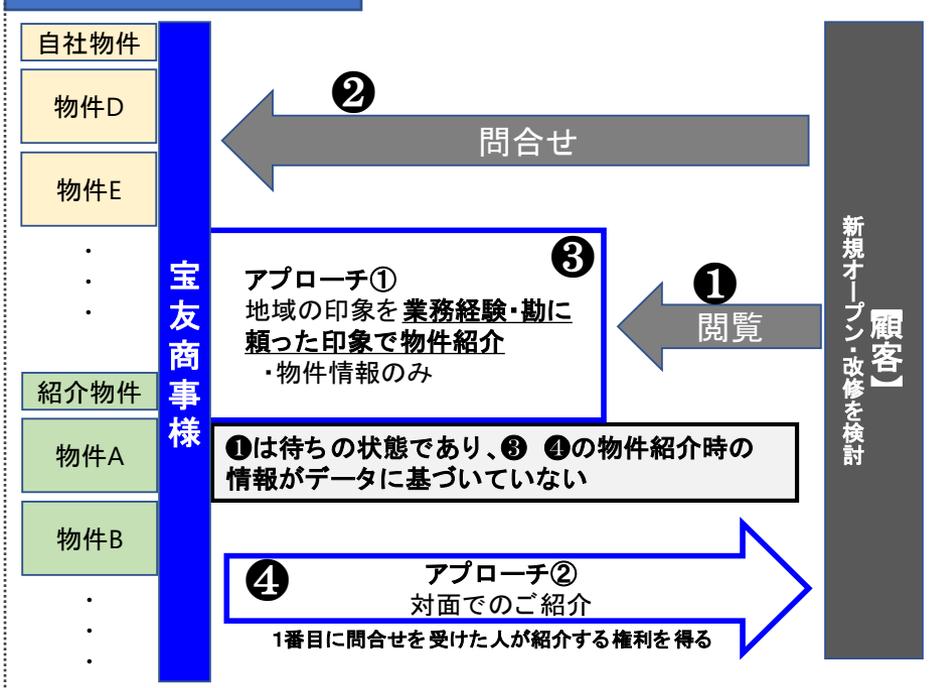
4.実証事業

3.各取組の詳細

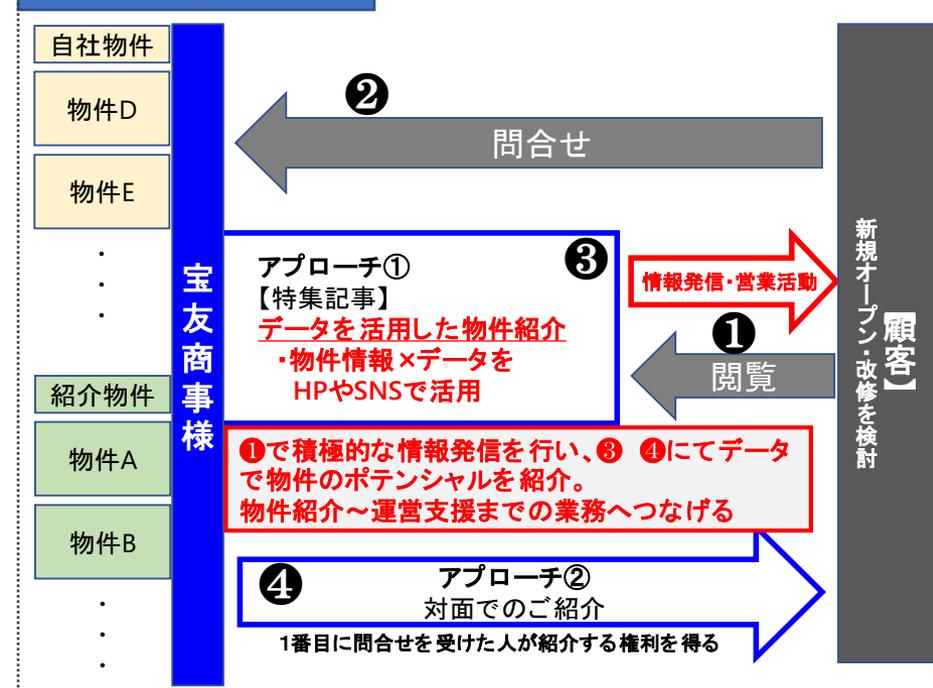
■ 事例①：不動産事業者様の物件紹介（顧客対応）時にデータを活用。

- 事業者：宝友商事
- 課題感：経験と勘を主にした営業活動から、雲仙地域のデータに基づいた営業活動（独自情報の提供）への転換
- 活用データ：アンケートデータ、人流データ

データ活用前



データ活用後



解説：勘や経験に頼った営業活動（物件の紹介等）からデータに基づいた営業活動へ転換しました。

①で顧客とのタッチポイントの創出、③④における顧客対応の場で人流・アンケートデータを活用することで雲仙・小浜地域のポテンシャルを示し効果的な営業活動を実施しました。

参考：事例①不動産業 宝友商事様_データ利活用に向けた議論資料

事業者と複数回に渡る対話を重ねて、事業者の課題や取組方針を把握。実際に活用するイメージを合わせたうえで、事業に合うダッシュボードのシナリオを検討。以下は、「どうすれば雲仙・小浜地域の魅力を、データに基づいて地域外の事業者に伝えることができるか」という問いに対して、事業者の強みとアンケート結果の分析から検討した内容です。

所有する土地

*ポテンシャル高い

*雲仙

*①お土産屋横の
空き地

ポテンシャル低い

小浜

②パチンコ屋跡地

③海沿いの空き家

雲仙or小浜によって
提案ストーリーが変わる。

ストーリーの切り口（属性）

*年代

*20代以下
(若者)

男女

30～50代
(ファミリー層)

年収

60代以上
(シニア層)

居住地

アンケート回答者数の
うち30代以上が
88.3%を占める

ターゲット事業者

*飲食

小売り
(土産・買い物)

サービス
(レジャー・体験)

宿泊

①4項目ともタビマエ・タビナカの満足度が高い。
②小売りとサービスの項目は、30代以上の旅アトの満足度が低い



雲仙観光局について

雲仙観光局は、お客様目線に立ち、国内外に認知され、地域に何度も訪れていただき、楽しんで周遊・滞在いただき、帰ってからの日常でも雲仙市産の産品を購入いただけるようなファンを獲得できるように、雲仙市全体の価値を向上させるとともに、観光を地域への波及効果が高く、地域に必要とされる産業にするとともに、地域の事業者それぞれの価値を向上させ、選ばれ続け、稼ぐ力を高め、「訪れる人も住む人も働く人も幸せを感じられる持続可能な地域の実現」を目的とします。目的達成のため、第一に市全体のブランディング強化及び価値向上に取り組み、その両輪として、効果的なマーケティングとコンテンツや魅力の磨き上げを、常に「チャレンジ」の精神をもって取り組みます。実行にあたっては、一次産業、地場産業と観光産業の連携の強化を図り、地域事業者の価値向上を支え、自然の恵み、人の暮らし、食の魅力を大切に、「活かし、守り、育み、伝える。」ことを大切にして参ります。



本事業の内容を掲載し、雲仙地域においてデータ利活用していることをPRしています。

観光庁 観光DXによる地域経済活性化に関する先進的な観光地の創出に向けた実証事業

一般社団法人雲仙観光局は、令和6年度「観光庁_観光DXによる地域経済活性化に関する先進的な観光地の創出に向けた実証事業」において、先進モデルの創出のためのモデル実証に採択されました。雲仙市観光全域データオープン化活用事業と題し、予約・決済が可能なシームレスな地域サイトによる消費拡大、宿泊事業者等と連携した、予約・決済データ等の活用による生産性向上・観光地経営の高度化等を目指して雲仙観光局として観光DXの領域に新たにチャレンジを始めていきます。上記取り組みの一環で、雲仙観光局で取得しているアンケートやビックデータからの人流分析をダッシュボード化して様々な事業者の方にお役立ていただきたいと思います。

●雲仙市観光アンケート分析

・アンケート回答者の性別、年代、宿泊サブエリア(雲仙・小浜・その他)などにフィルターをすることで、ご自身の目的に沿った分析が可能です。

●雲仙市の人流データとイベント情報

・画面右上のスライダーで年月を指定することで、雲仙市への来訪者数と宿泊者数の分析が可能です。



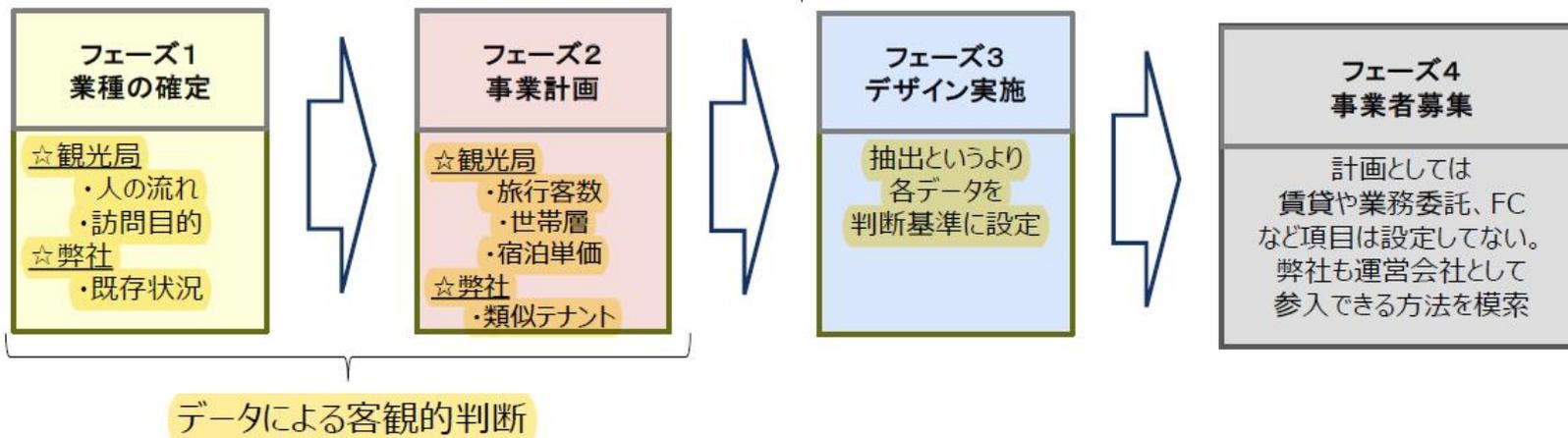
DXデータの活用方法(1)

弊社としては観光客をターゲットとした飲食店テナントの検討

オープンデータ化されたデータ活用による、新たな営業の進め方を記載いただいております。

STOCK WORKS

データによる主観的判断



引用：ひがしそのぎの情報サイト | くじらの髭_Sorrisoriso 千綿第三瀬戸米倉庫
<https://kujiranohige.com/shop/311/>

5. データ活用スキーム

参考：事例①不動産業 宝友商事様_営業資料より抜粋 1/5

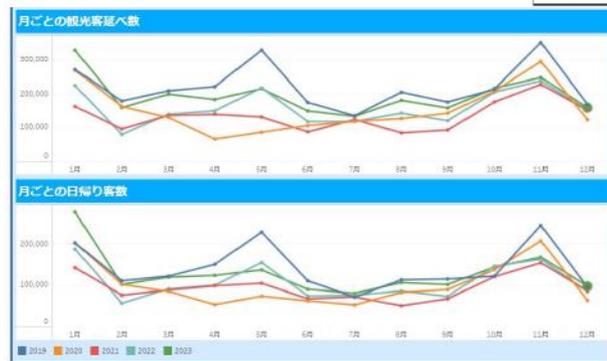
人流（全業種への訴求が可能な雲仙のポテンシャル）

雲仙地域の人流データを元に、雲仙で事業を進めるメリットなどを訴求されています。

人流から見て取れる傾向

- ・1月、5月、11月は平均的に訪問客数、宿泊率が高。
- ・7月の訪問者数は平均以下であるが、訪問客数が一定に保たれている傾向がある。=観光エリアにおける繁閑差が小さい。
(年間通して安定的な営業が可能)

・季節ものの商品を販売する事業者さんにはうける？ (例) 夏もモノの商品を販売する事業者が秋～冬に期間限定出店など



R1-R5 合計	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均	合計	
全体	観光客延べ数(A)	1,248,991	670,535	807,558	753,824	972,554	629,972	624,160	734,002	684,827	1,012,570	1,352,041	749,831	853,405	11,094,270
	日帰り客数(B)	1,006,925	446,712	504,777	524,762	696,787	404,462	351,835	437,711	445,942	667,960	932,791	425,658	570,527	7,416,849
	宿泊客延べ滞在数	242,066	223,823	302,781	229,062	275,767	225,510	272,325	296,291	238,885	344,610	419,250	324,173	282,879	3,394,543
	延べ宿泊客数	129,328	119,185	160,340	122,208	146,238	119,976	144,015	160,709	127,132	180,953	218,350	170,040	149,873	1,798,474
	宿泊客実数	112,738	104,638	142,441	106,854	129,529	105,534	128,310	135,582	111,753	163,657	200,900	154,133	133,006	1,596,069
	日帰り率	80.62%	66.62%	62.51%	69.61%	71.65%	64.20%	56.37%	59.63%	65.12%	65.97%	68.99%	56.77%	66.85%	

平均以上

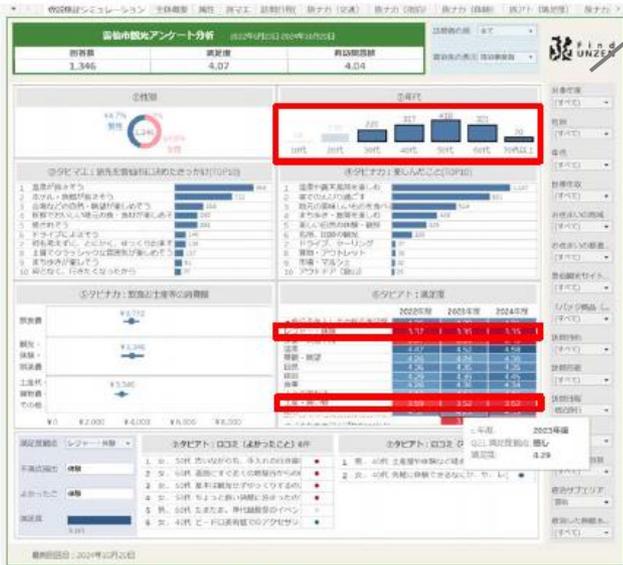
参考：事例①不動産業 宝友商事様_営業資料より抜粋 1/5

事業者が狙う「雲仙・小浜地域を活性化させる事業者の誘致」をゴールに設定し、オープンデータ化されたアンケートデータや人流データを活用し、効果的な魅力訴求内容を検討します。アンケートダッシュボードを活用することで、雲仙エリア・30代以上の旅行者は、土産の満足度が低く、徒歩圏内で気軽に体験がしたいというニーズが判明しました。

属性-仮説 (雲仙地域・30代以上)

ダッシュボードのフィルター機能を活用し、仮説ベースで雲仙地域の現状を分析されています。

STOCK WORKS



- 仮説①
回答者数のうち、30代以上が88.3%を占める。ファミリー層や、シニア層を主なターゲット層に定めている事業者が適している。
- 仮説②
30代以上の層は、「レジャー・体験」「土産・買い物」の満足度が“3.5”付近と低い。以下「ネガティブコメント(抜粋)」の通り、気軽に徒歩圏内で体験したいというニーズがある。
また、天候に左右されない室内で体験したいという声もある。

上記から、体験や土産分野に強みがあることや、室内サービスを提供できる事業者にとってビジネスチャンスがあると考えられる

参考に、20代以下は、「レジャー・体験」「土産・買い物」の満足度は4.0付近と30代以上の層と比べて高く、ニーズを満たしている可能性が高い。
20代以下の満足度をさらに高める戦略も検討できるが、訪問者数のうちの20代以下の割合が“11.2%”なので30代以上をターゲットとする方がビジネスの可能性は広がると言える。

【参考】雲仙観光局公開データ

⑥ タピオ：満足度			
	2022年度	2023年度	2024年度
★旅行全体としての総合満足度	4.42	4.54	4.48
レジャー・体験	3.59	3.62	4.06
移動・交通手段	3.71	3.80	3.76
温泉	4.48	4.64	4.55
景観・眺望	4.36	4.21	4.48
自然	4.57	4.44	4.58
宿泊	4.35	4.61	4.61
食事	4.18	4.51	4.39
人々の温かき	4.23	4.43	4.27
土産・買い物	3.82	3.84	4.03
癒し	4.46	4.48	4.61

【参考】20代以下：満足度

ポジティブコメント (6件) ※一部抜粋

- ・基本は観光せずゆっくりするのが目的でしたが、やはり地獄見学は匂いや熱なども含めユニークな体験ができました。自然も多く温泉も素晴らしく癒やされました。
- ・ちょっと良い旅館に泊まったので早めにチェックインしてひたすら温泉を楽しみました。温泉以外にも体験できる事を宿に着いてから知ったので次回はもう少し食欲に楽しみたいです
- ・古いながらも、手入れの行き届いた他では体験出来ないノスタルジックでゆったりした贅沢な空間、美味しいコース料理、何度でも来たくなるここにしかない空間が雲仙観光ホテルには有ります。

ネガティブコメント (25件) ※一部抜粋

- ・土産屋や体験など徒歩圏内にいるいろいろあるとさらに良いです。
- ・食事の量が多めなので、美味しいものを少しずつがよい
- ・気軽に体験できるなにか、や、レンタサイクル、ストリートピアノなど、町歩きを楽しめることがもう少しあるといいな、と思いました。
- ・今回わ線状降水帯の影響で大雨、霧で数メートル先も見えない状態で景観も観光もできなかったのが唯一の不満ですが こればかりわ自然の事なので改善出来ないのが(笑) 天気悪くても楽しめる施設あればいいな。

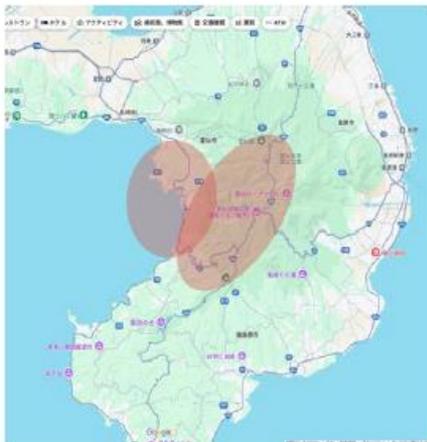
参考：事例①不動産業 宝友商事様_営業資料より抜粋 1/5

STOCK WORKS

弊社抽出データ
雲仙、小浜エリアにおける 飲食店、お土産品店を抽出 ※データ引用先：Google MAP掲載情報

《抽出内容》

- ・店名
- ・住所
- ・営業時間
- ・定休日
- ・価格帯
- ・料理ジャンル
- ・席数
- ・テイクアウト対応
- ・駐車場
- ・内装、雰囲気
- ・客層
- ・集客方法
- ・主力メニュー
- ・口コミ（ポジティブ）
- ・口コミ（ネガティブ）



観光局のデータから見える指摘事項と実際の店舗状況を擦り合わせしながら現状の把握。
→読み取るべきデータの整合性についての確認

物件のある小浜温泉エリアについての具体的な店舗との比較
お土産品店について

小浜にてお土産品店は5ヶ所（内訳：湯せんぺい1、海産物4）

雲仙にてお土産品店は4ヶ所（内訳：総合のお土産店1、湯せんぺい2、カステラ1）

→ 中規模、大規模な総合的にお土産を売るようなお店はなく、旅アトの不満通りの結果と考える。

体験施設について

遊漁船やサップなどはあるが、例えば界雲仙が取り組んでいる活版印刷のような子供も楽しめるライトな

体験ができる場所がない。

体験内容については要検討。

指摘にある営業時間についても19時まで空いてるお土産品店が雲仙に1ヶ所のみであり、ほとんどが1

7時には閉店している。

食べ歩きできるような商品、場所がない。

上記から弊社物件の1区画のうち、ひとつをお土産品店にて取り組むことを選択する。

→ 今回のデータ活用を通してお土産屋を基盤とした飲食店の計画を実施することの決定。

事業者独自の分析と、公開ダッシュボードの分析結果を踏まえた現状把握をされています。

倉庫2 → FCもしくは賃貸契約にて、営業していただける事業者の選定

条件：雲仙について理解度の高い事業者
既存で飲食店等の事業運営の経験がある事業者

倉庫1 → 物販兼イベントスペース

今回のデータ分析から不足しているとお考えるお土産屋の運営及びに弊社が取り組んでいるデザイン事業とも共存できる営業のやり方を模索していく。

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組

■ 注力した点・工夫した点（宝友商事様）

項目	主な活動	結果
不動産業におけるアンケートデータ利活用方法の検討	<p>アンケートデータの不動産業における活用方法を、事業者と会話しながら検討しました。</p> <p>具体的には、①事業者様の事業内容と課題をヒアリング、②可視化したダッシュボードを提示して活用方法を議論、③改善点を修正したダッシュボードをもとに改めて事業者様と議論、といったサイクルで、アジャイル的な進め方に工夫したことで、短期間で経営の高度化に資するダッシュボードを開発することができました。</p> <p>事業者様と会話するにあたり、複数回の会議を対面で持ち、事業者様の経営高度化に向けて本気で検討することを心掛けました。</p>	<ul style="list-style-type: none">・不動産事業者の営業資料に、オープンデータ化されたダッシュボードを用いた分析結果を掲載いただき、経営の高度化に貢献しています。・営業活動件数：2件
不動産業を得たノウハウの他事業者への展開検討	<p>今後のデータ活用推進を見据えて、不動産業事業者との議論で蓄積したデータ利活用方法を基に、飲食店や体験事業者などの他事業者への活用シナリオをコンソーシアム内で検討しました。</p>	<ul style="list-style-type: none">・飲食業や体験事業者が活用できるアンケートダッシュボードの利用シナリオを議論し、次年度に事業者と会話しながら形にしていく予定です。

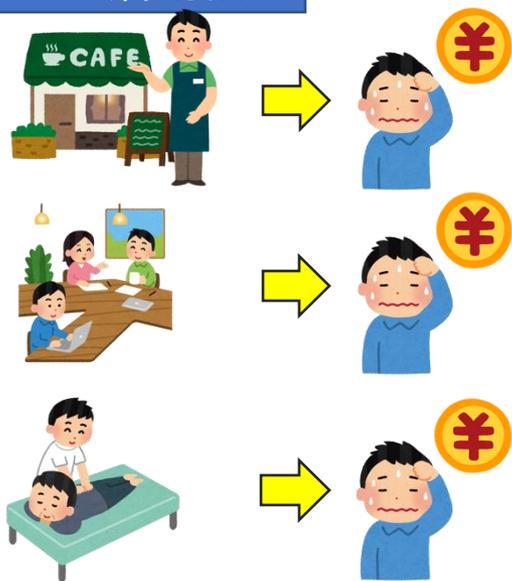
4.実証事業

3.各取組の詳細

■ 事例②：新たに始める民泊事業における生産的な運営を目指したデータ活用

- 事業者：ゑびすや（[【NEW OPEN】EBISUYA COFFEE](#)／ととのい処 ゑびすや）
- 課題感：経験のない民泊事業を新たに開始し、既存事業との連携を図ることによるさらなる収益の拡大
- 活用データ：アンケートデータ、人流データ、イベントデータ、宿泊データ

データ活用前



個々の事業で収益を獲得

データ活用後



新たな民泊事業の営業日をデータに基づき設定。さらに、既存事業との連動も意識することで相乗効果を生み出し、さらなる収益の獲得につなげていく。

解説：廃業後の旅館を買い取り、マッサージ業、カフェ業に加えて、2024年12月には新たに民泊事業も開始しました。従来は経験と勘に頼った事業運営を実施していたが、人流データ・イベント情報に基づき、民泊事業における営業日を設定したことで生産的な集客につながりました。社長には複数回の打合せを通して、データ活用できるマインドを醸成し、今後はデータに基づくターゲット層の絞り込みや、その他事業との連動による収益拡大

観光DX を図る予定です。

参考：事例②民泊業 及びすや様_営業日設定に向けた議論資料

- オープンデータ化されたアンケートデータや人流データを活用し、データに基づいたテナント誘致や営業日設定を検討しました。

民泊業さまとの取組：営業日設定

夏休みの平日は、人流が多い8月1週目は開けるべきだが、7月最終週と8月3/4週目は、通常時と変わらず、イベント有無によって営業するかを判断すべきとわかります。

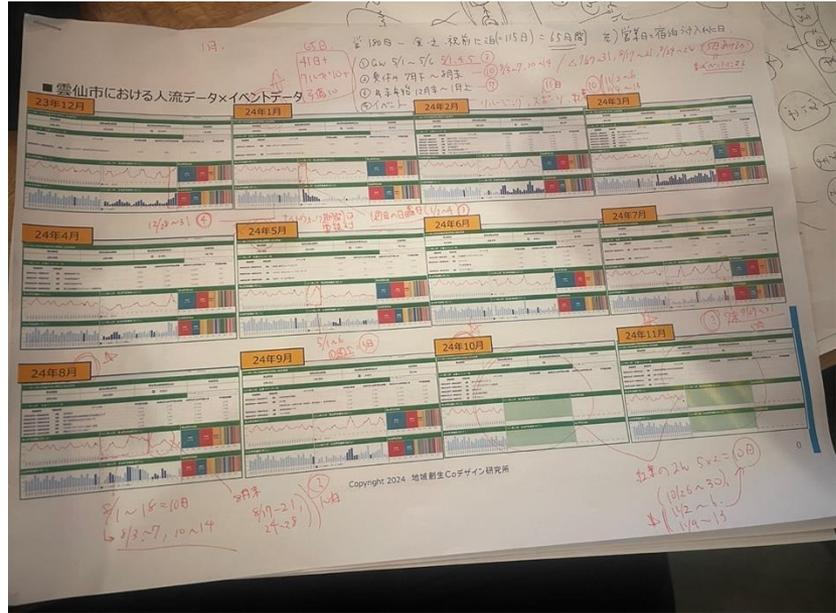


平日の来訪者数は3000以下であり、通常時よりも低い値となっている



<https://public.tableau.com/viz/7301703101030/sheet0>

平日の旅行者数は5000人前後と、通常時よりも多い



人流ダッシュボードを活用し、データ×地域のリアルの双方から社長との対話を複数回実施しました。今後一年間で民泊営業すべき180日間を、人流データやイベントデータの傾向、社長の直感に基づいて選定しました。

参考：事例②民泊業 ぶびすや様 データを活用した今後の経営方針検討資料

新たに民泊経営を進めるうえで、データに基づいた経営診断支援を実施しました。環境分析である3C分析の「顧客」には、アンケートダッシュボードを活用し、社長が考える自社の強み・弱みと競合情報を踏まえて、今後の人事組織戦略やマーケティング戦略の検討を行いました。

■ ぶびすやの経営診断 (現地視察 + データでの診断) 1/2

① 3C分析で自社の立ち位置を確認

① 自社 = 社長と3人だけの現地見学

＜強み＞ = 他社差別化ポイント

① 築70年以上の建築物

↳ 旅館並みの歴史の地元認知度、風情ある音の響きの間取り。

② 「適いそ」コンセプトに、個室まで

マサジ・温泉・ソバ・コッポウ(和食)

↳ 90分バス提供を業とする。

・ 観光観光局との結びつきが強い

↳ PR・販路開拓にて相乗可能。

③ 元村上りのマサジ・エステルの高士

↳ 合縁交節 × 理学療法士

競争力の高いエリアだが、競合他社と比較して、左記の特徴を挙げ、旅館は少なく、差別化は可能。

①②③の強みと活かしたサービスやありたい姿を考へる。

① 売上向上・利益確保は

人件費を減らす。

② 提供したサービスを活用し、炎暑対策も人材獲得

③ 運営のための従業員採用

各宿が個性と魅力を持ち、宿泊者ニーズに合わせた戦略をとらざる。競争力の高いエリア

民泊の類似施設の多発傾向。

↳ 平日日曜 vs 土/大人/中高/小人/宿泊プラン

② 競合 = 近隣の宿泊事業者データ参照

・ 小浜エリアに13件の宿泊施設あり。

↳ 小浜温泉旅館組合のHPより

・ 価格帯は幅広い ※検討事項

↳ 東泊泊 5500円 ~ 1泊2食付 19,800円

・ 客室の9割は、ホニャンビューを提供

↳ フタヤ旅館、ホテルレニンジ・ハイは全室

・ 温泉設備は、露天風呂や貸切風呂が多い

↳ フタヤ(52)、福徳屋(60)

・ 食事は、地元産の魚介類も使った料理を提供

↳ 山田屋(70)、福徳屋(海鮮会席)

各宿が個性と魅力を持ち、宿泊者ニーズに合わせた戦略をとらざる。競争力の高いエリア

民泊の類似施設の多発傾向。

↳ 平日日曜 vs 土/大人/中高/小人/宿泊プラン

③ 顧客 = アンケート結果を元にデータ分析

① 2539人中894人が小浜エリアの3ヶ月間調査

(35.2%)、22年7月15日~24年10月20日)

・ 894人中800人が30代以上。(59.5%)

↳ 733円~1層(30~50代) or シニア層(50代)6泊

7泊以上の期待: ①温泉(574件) ②食(337件) ③お風呂(280件)

9泊以上期待: ①温泉(180件) ②宿(503件) ③食(499件)

7泊以上の満足度: ▲体感3.37、満足度3.63

● 宿泊4.28、温泉3.97、癒し4.20

② 付近に体感館ありイベント大会あり。一見外おき。

↳ 昨年度のイベント・人流の大きさをデータで確認し、いつ、どこからどの人が来るかを把握 → 営業日調整

3ヶ月バス・次年度の②-②の時。

③ 2000 大人 / 1300 大人

5000 小学生 / 8000 小学生

※ 提供先の価格に依存

＜3C分析サマリ＞

① 温泉とホニャン(建造物)の魅力は、全カPRが

↳ 自社強み①の強化

② 30代以上のターゲット層で最も満足度が高い

「体感」に注力して運営

↳ ①の強み②を、最大限活かすこと!

③ 弱みの食口、近隣競合の情報は補充

↳ ①の強み④の改善

Lion。全国展開の

原田の中で1番おもしろい

店。地元向けを原田

創作で提供が唯一無二

満足度はすでに高いので、選好をとりはいる必要は

ぶびすやの強みで十分対応

ぶびすやの強みで十分対応

競合他社との差別化が

可能。

顧客満足度が高く、

競合他社の強みだが、

ぶびすやに劣っていないので、

可能な範囲での強化を急務

→ 特に夕食の提供サービスの

工夫は必須(他業の連携あり)

アンケートダッシュボードに基づき、自社地域の顧客分析を実施しました。

顧客・自社の強み・弱み・競合の現状から、事業者様の今後の方針を一緒に検討しました。

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組

■ 注力した点・工夫した点（ゑびすや様）

項目	主な活動	結果
民泊業の社長に対するデータ利活用の浸透	社長がデータ利活用には前向きなもの、民泊経営経験およびデータ活用経験がない状態であったことから、人材育成を踏まえた情報共有から始めるように工夫しました。 目先の課題である「価格設定」や「営業日設定」のみを議論するのではなく、経営戦略の視点からデータ活用の重要性や使い方をレクチャーして、少しずつデータ利活用の有用性に触れてもらいました。 この際に、「データ」だけで物事を考えず、「データ×社長の想い(現地現物)」が重要であることを気を付け、社長の共感をいただくことができました。	社長自身が、継続してデータを活用することへの不安感の払拭に成功しました。また、足しげく現地対応することで、不明点などを気軽に相談いただける関係を築くことができました。
民泊業における人流×イベントデータ利活用方法の検討	営業日設定を、人流×イベントデータに基づいて行いました。営業日数が180日という制約があるなか、人流データを元に、土日祝の前日と、過去の主要イベントと人流の傾向から営業すべき日数を、社長と一緒に対面で検討することを心掛けました。	12/15-1/14期間において合計135名が宿泊されました。期間中の稼働率は約39.7%であり、観光庁集計の全国平均28.7%(2018年)を上回る結果となりました。

5.総括

5.総括

1.実証事業の成果

■ 実証事業の総括

- KGI達成（スタート時点より昨年度の140%増+aを掲げている中で、目標値を良好）
- 本事業にて整備したDMPを活用してデータリテラシーの低い地域事業者と伴走し、データを参考とした事例を2つ創出できました。

KGI

目標値 雲仙の魅力を活かした収益向上 1,102,000円

成果 雲仙の魅力を活かした収益向上 12,504,000円 (ポルケーナイトワークなしでも100%越え)

取組

概要

目標

取組1

KPI

AIRレコメンド活用によるtoC向け販売促進

AIRレコメンドを公式サイトに具備し、シームレスな体験予約を実現し利便性向上から販売の促進を図ります。

目標金額・・・280万円

KPI ……申込数700件

取組2

KPI

国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

国内向けの効果的な収益向上のためにターゲットを富裕層とtoBに定めて、FindUNZEN上で適したプロモーションとセールスを実施いたします。

目標金額・・・662万円

KPI ……申込数12件

取組3

KPI

インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

モデル観光地事業にて進めているインバウンド客からの収益向上の効果をデジタル領域でサポートし最適化することを目的としています。

目標金額・・・160万円

KPI ……申込数2件

取組4

オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組

観光DMPにて蓄積したデータを活用し、事業者と連携した取組を提案し、伴走しながら事例を創出します。

オープンデータを活用した事例創出数：2件以上
オープンデータのPV数：3000PV/月

5.総括

1.実証事業の成果

KGI・KPIの進捗を各月ごとにお示しします。

	項目	数値	各月の目標値/実績							合計
			7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	
KGI	目標	1,102 (万円)	0	110	280	550	880	990	1,102	1,102
	実績	1,250.4(万円)	21.6	101.2	322.8	564.6	760.9	929.2	1,250.4	1,250.4
	進捗率 (%)	100%	2%	9%	29%	51%	69%	84%	113%	113%
KPI	申込件数	720件	0	72	180	338	576	648	720	720
	実績	2,069件	108	359	512	652	851	1168	2069	2,069
	進捗率 (%)	100%	15%	50%	71%	91%	118%	162%	287%	287%

5.総括

1.実証事業の成果

I 旅行者の利便性向上・周遊促進

実証事業によって地域に与えた影響を複数の観点ごとにお示します。

1. AIレコメンド活用によるtoC向け販売促進

I 旅行者の利便性向上・周遊促進

III 観光地経営の高度化

■組織としてのデジタルを契機とした体制強化（生産性向上）と売上増

本事業を契機に、販売チャネル、現状の運営方法をすべて一新しました。

観光産業の基幹となるDMOが、全体験コンテンツをPDCAを実施しながら計画的に造成、販売、運用、磨き上げが出来る体制になったことが最も大きい成果と考えています。

（体験の本事業の総売上は目標対比113%達成
昨年対比：198% 約620万増）

■プロモーションの実施による効果

季節や気候、トレンドに合わせたコンテンツの整理とプロモーションの実施により以下の成果を得ました。

①造成後初めて売れた商品数：7コンテンツ

②Instagramフォロワー数：+1,694

③toC向け売上増

（目標対比：183% 昨年対比：220% 約240万増加）

■AI導入による観光客のニーズの把握と地域への展開

AIによる直接的な販売機会の創出。

加えて具体的なタビマエのニーズ取得からの施策の検討をします。

（リリースから3か月、約1000PV）

2.国内のtoBおよび富裕層向けの高単価商品の販売促進

II 観光産業の生産性向上

III 観光地経営の高度化

■体制整備によりセールス時間を確保でき、売り上げ増加
体制整備による生産性向上によりセールスチームのtoB向けのセールスや受け入れに時間を割くことができ売り上げ増につながっています。

（国内toB売上目標対比：118%

昨年対比180% 約340万円増）

toB向けに販売した商品は地域のガイドや料理人などへの委託も多く、結果として昨年より多くの収益を地域にもたらすことができました。

■データを基に造成したNewコンテンツ「ボルケーノナイトウォーク」
新しいコンテンツ造成をするにあたり、アンケートより分析した地域の課題感からヒントを得て造成を試みました。

※実施時期＝ビッグデータの過去の旅行者数を参考に設定。

※価格＝過去のアンケートより体験単価などを算出し設定。

体験売上：2,019,100円

※次年度以降の自走化（自主財源の確保）を見越した設計

【ポイント】

・当日スタッフを最低4名（うちアルバイト2名）で運用可

・自社媒体（WEB、SNS）に加えて、無料の広報の実施（閲覧板やプレスリリース等）

・平日対策として市民割を適用

5.総括

1.実証事業の成果

Ⅰ 旅行者の利便性向上・周遊促進

実証事業によって地域に与えた影響を複数の観点ごとにお示します。

3.インバウンドtoB向けモデル観光地との連動による販路拡大

Ⅰ 旅行者の利便性向上・周遊促進

Ⅲ 観光地経営の高度化

■タビマエのお客様の利便性向上

英語ページの運用が間に合っていなかった雲仙観光局として、AIによる多言語展開や、効率的なオンライン情報運用（地域サイトの整理と長崎県や他サービスと連携した情報発信）の整備を行うことで、インバウンド客の情報収集の利便性向上を実現しました。

■観光地経営の高度化

抽象的にセールスやプロモーションを行っていたインバウンド市場に対して具体的な商品販売のチャレンジと、失敗から得た、今できる施策につながりました（docsend）

4.オープンデータを活用し、地域事業者と連携したデータ活用による生産性向上や経営高度化の取組

Ⅲ 観光地経営の高度化

Ⅳ 観光デジタル人材の育成・活用

■オープンデータ活用の伴走支援による人材育成

今回の伴走支援はリテラシーの①高い事業者と、②低い事業者2社で実施しました。

①より効果的に自社のセールスに役立て、自社の売り上げ増に加えて雲仙小浜地区の空き家の対策や事業者誘致による観光地としての成長など多角的に効果が期待できます。

②データに対するアレルギーをなくし、便利なものであることの意識付けができてきている。スタートアップとして頑張っている若い事業者の経営を支えることができています。

■オープンデータ化による事業者との双方向のコミュニケーション

今までは一方的に決まった情報提供のみとなっていたが、本事業を契機に事業者側から情報収集ができるようになりました（リリース1か月で564件のレビュー）

■観光業以外の事業者との連携

前途記載の通り、観光業以外の事業者と事例創出を行っています。観光地である以上、地域のポテンシャルは観光業以外の様々な事業者の経営に役立てることを体感しました。次年度以降の取組に活かしていく予定です。

5.総括

2.今後の展望

■次年度の体制について（実証した取組の次年度以降の想定）

今年度はあくまでも基盤づくりの事業であったと認識しており、次年度を活用しさらに高いレベルで運用をしていくことを考えています。本事業で当初想定をしていなかった「DXを契機とした組織改善（DMO内の体制の再構築）」という、大きな成果を得ることができました。さらなる組織力向上をデータを軸に展開していきたいと考えています。

- ・組織内のDMP活用の徹底と自分事化（企画チームの事業からDMOの主軸事業へ）
- ・横断的なタスクの振り分け。

■次年度以降の新たなDX取組の予定

本年度、初めてDX推進事業を採択いただき雲仙市としては過去にないレベル規模間でのDX関係の事業となりました。九州の地方としてのDXリテラシーの現状や課題感、希望など様々な気づきを事業を通して知ることができました。それを踏まえて地方×DXの推進の方法を次年度はさらに模索し、実証しながら小さな成功体験を増やしていきたいです。

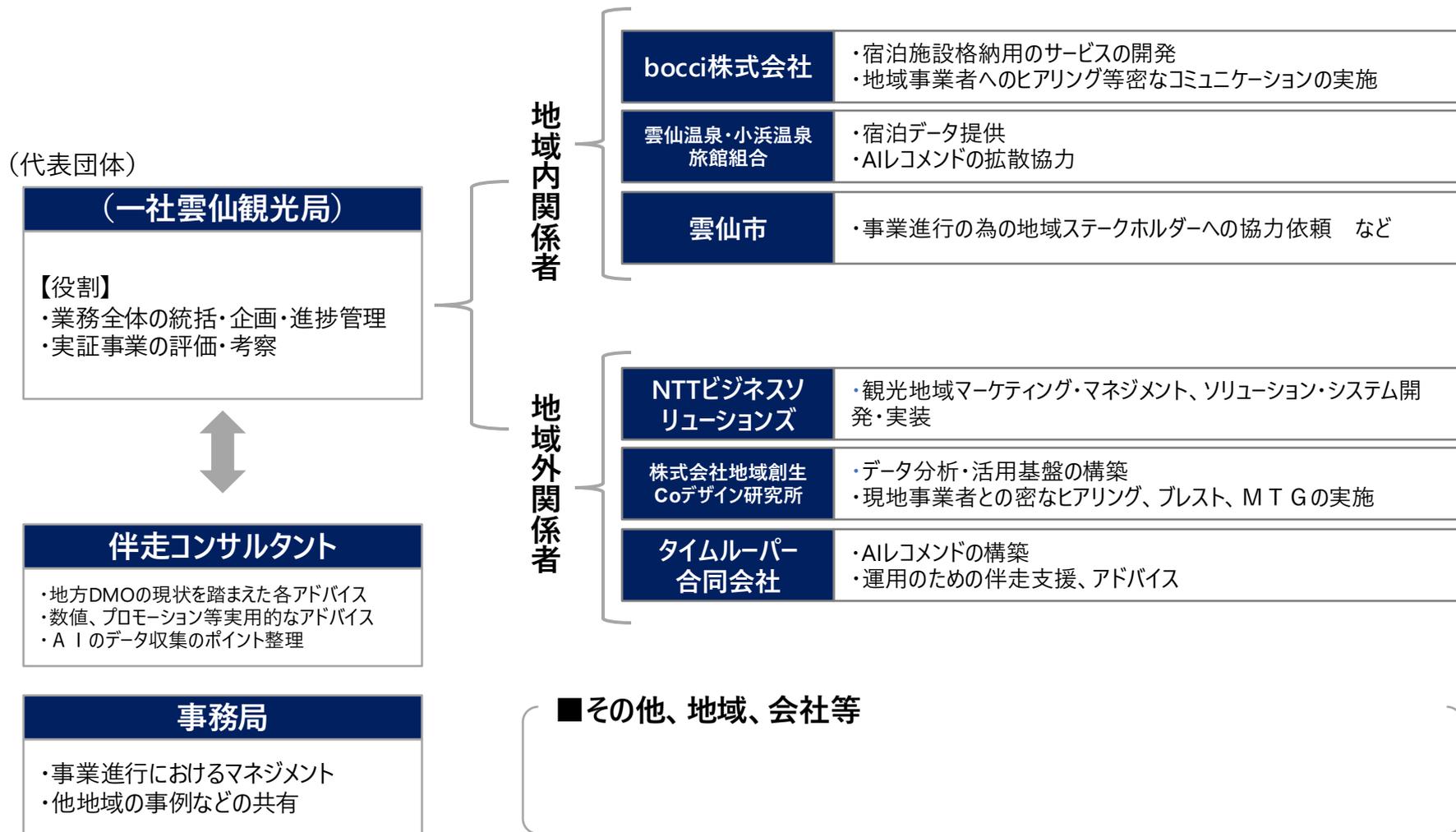
- ・特定のメンバーでのDX人材育成のプログラムを造成
- ・OJT式のDMPを活用した地域事業者との連携。
- ・上記の取組を拡散していくための情報発信のツールの導入（note等）

6.実施体制

6.実施体制

1.体制図

本実証事業を推進した実施体制や役割分担を示します。



7.おわりに

7.おわりに

人口約4万人程度の地方都市である雲仙市。基幹産業は観光業と一次産業。日本初の国立公園や多彩な泉質の温泉街、世界ジオパークに認定される自然環境など唯一無二な素材はありながらも価値や魅力として挙げることのされる要素はソフト的なもの（人や歴史、文化等）が多いのも事実。多くの地方都市は上記のような目に見えない感覚的な魅力が多い中で、DXやデータなど定量的な取組をどう咀嚼し、理解を得て落とし込んでいくか、少しでも参考になればと思います。

■事業の自走化の検討

- ・補助金は構築（スタートアップ）の部分で活用すべきだと考えます。
 - └ 構築当初から次年度以降のランニングコストなどを考慮して組み立てる必要があると感じました。
- ・DMOの事業の中でDMPがどの役割を担い、どのような成果を上げることができるのかを見据える必要があります。
 - └ DMPなどを単体で見るとランニングコストに目が行くが、この仕組みが他の事業にどう影響を与えて売上を作ったり、人件費の削減につながったかなどを同時進行で整理することが自走化につながります。
- ・データの収益化の検討
 - └ 地方に対する投資などが増えてきている現状として対象地域の価値が上がればデータの価値も上がっていく。提供のみでなく販売も視野に入れています（今年度実績もあり）

■同様の事業を他地域で実施する際に留意するポイント

- ・地域事業者との連携、個人情報について
 - └ 正直今年度完璧にできたとはいえないが、本事業を通して当初の想定よりもはるかに繊細な問題であったと感じた。誠意と時間がとてもかかるものであることからコミュニケーションを大切にする必要があります。
- ・地方のITリテラシーとの向き合い方
 - └ どの地方にも様々な業種や属性、個性のあるプレイヤーの方がいると思うが大切なのはどんなに小さくても実際に事業を動かし事例を作ること（0 → 1）だと考える。それを繰り返し積み重ねていくことが地方×DXの1つの進め方だと本事業を通して1つ確信に近いものを感じました。

■実施主体が成果を出さないとだれも信用しない

各地方にとって様々なKGIを立てているかと思うが、DMOとして地域の事業者の信用を得るには数値で成果を出すことが最も重要であると当たり前ながら改めて本事業を通して痛感しました。今年度のKGI達成は次年度以降、雲仙のDX推進にとっても非常に大きな武器になると考えています。