



観光DX推進による地域活性化モデル実証事業  
③オープンデータ推進モデル

成果報告書

秩父地域観光情報共有システムCIRCUIT 実証事業

秩父地域CIRCUIT実証コンソーシアム



# 目次

## 1. はじめに

- (1) 地域の魅力・特徴
- (2) コンソーシアム

## 2. 地域が目指す姿・事業概要

## 3. 実証事業

- (1) 全体像
- (2) 目標・取組内容
- (3) 各取組の詳細

取組1. AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化  
と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

取組2. アンケート・観光入込数データの整備と観光  
特性の分析によるマーケティング支援

取組3. ワークショップの実施によるデータ活用のユース  
ケース創出

## 4. 総括

- (1) 実証事業の結果
- (2) 事業の考察

## 5. 実施体制

- (1) 体制図
- (2) 各メンバーの役割

## 6. 今後の展望

## 7. おわりに

# 1.はじめに

## (1) 地域の魅力・特徴

### 魅力

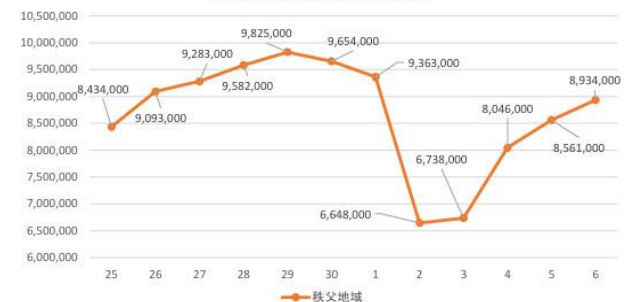
本地域は、都心から特急で約80分でありながら荒川の清流と秩父盆地を中心とした山々に囲まれた自然豊かな地域です。花、神社仏閣、アウトドアアクティビティ他、秩父夜祭等の有名な祭りもあり、一年を通して楽しめる地域です。

### 特徴

- ・三峯神社や札所等の神社仏閣が多数存在しており、付随してお祭りも多く「秩父夜祭」は特に観光客が多く訪れます。
- ・都心からアクセスしやすい立地でありながら自然が豊かで、芝桜等の有名な観光地が存在します。
- ・年間約900万人の旅行者が訪れ日帰り客が多い傾向にあります。



秩父地域入込観客数推移



### 取組エリア

秩父地域1市4町(埼玉県秩父市・横瀬町・長瀬町・皆野町・小鹿野町)

# 1.はじめに

## (2) コンソーシアム

### コンソーシアム名

秩父地域CIRCUIT実証コンソーシアム

### 実施主体

#### ■ 代表団体／企業

一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社

#### ■ 活動地域

秩父地域1市4町(埼玉県秩父市・横瀬町・長瀬町・皆野町・小鹿野町)

#### ■ 活動概要・経歴

2014年4月1日に秩父定住自立圏（1市4町）の観光連携を実施する団体として設立。共生ビジョン（地域振興計画）に基づき、秩父地域の観光連携事業を推進するため、秩父地域を対象とした事務局運営（ジオパーク事務局等複数の事務局運営等）、地域商社事業（ブランド確立事業・新商品開発事業）、地域旅行業（農家民泊事業）を行う他、特に地域商社事業については自主財源の確保を行うため、直営店を開設し経営する等の活動を行っています。

## 2.地域が目指す姿・事業概要

### 現状及び課題、解決策と目指す姿

秩父地域では、自然、文化、温泉神社仏閣等を有し、首都圏近郊からの手軽な観光地としての地位を確立しており、年間約900万人が来訪する地域です。ただし、観光データの蓄積やビッグデータによる分析等についてはデータ活用リテラシーの不足から必要性をあまり認識しておらず、重要視していないため、事業者のデータ活用が不十分でした。

その様な状況において、DMOや行政はデータの重要性を認識しており、AIカメラやアンケート等から観光関連のビッグデータを取得しているものの、データが分散しており、形式や権利処理が未整備なものも多く、行政として十分に活用できていません。また、地域の観光事業者によるデータ活用も上記のとおり限定的であり、混雑緩和や周遊促進といった観光課題への対応が進んでいない状況です。

観光データの分散や未整備といった課題を抱える中、地域の観光事業者がデータを活用して自律的に稼ぐ力を高めることを目指し、観光情報共有システム「CIRCUIT」の実証事業を展開します。

本事業によるオープンデータの整備と活用を通じて、旅行者満足度と地域の生産性向上を図ります。

## 2.地域が目指す姿・事業概要

### 事業概要

街中に設置したAIカメラや観光客のアンケート、入込数等のデータを整備し、オープンデータとして公開することで、地域の観光事業者がデータを利用可能な環境を整備します。複数のオープンデータを組み合わせ、分析を行うとともに、得られた示唆等を活用して事業者の計画立案や取組の評価等に取り組むことで、観光による稼ぐ力の向上と持続可能な地域経済の実現を目指します。

### 実証内容

#### ■実証内容

AIカメラデータの整備、標準化、オープンデータ化及び混雑状況の可視化による繁閑差の把握  
アンケート、入込数データの整備及び観光特性の分析を通じたマーケティング支援  
ワークショップの実施を通じたデータ活用のユースケース創出

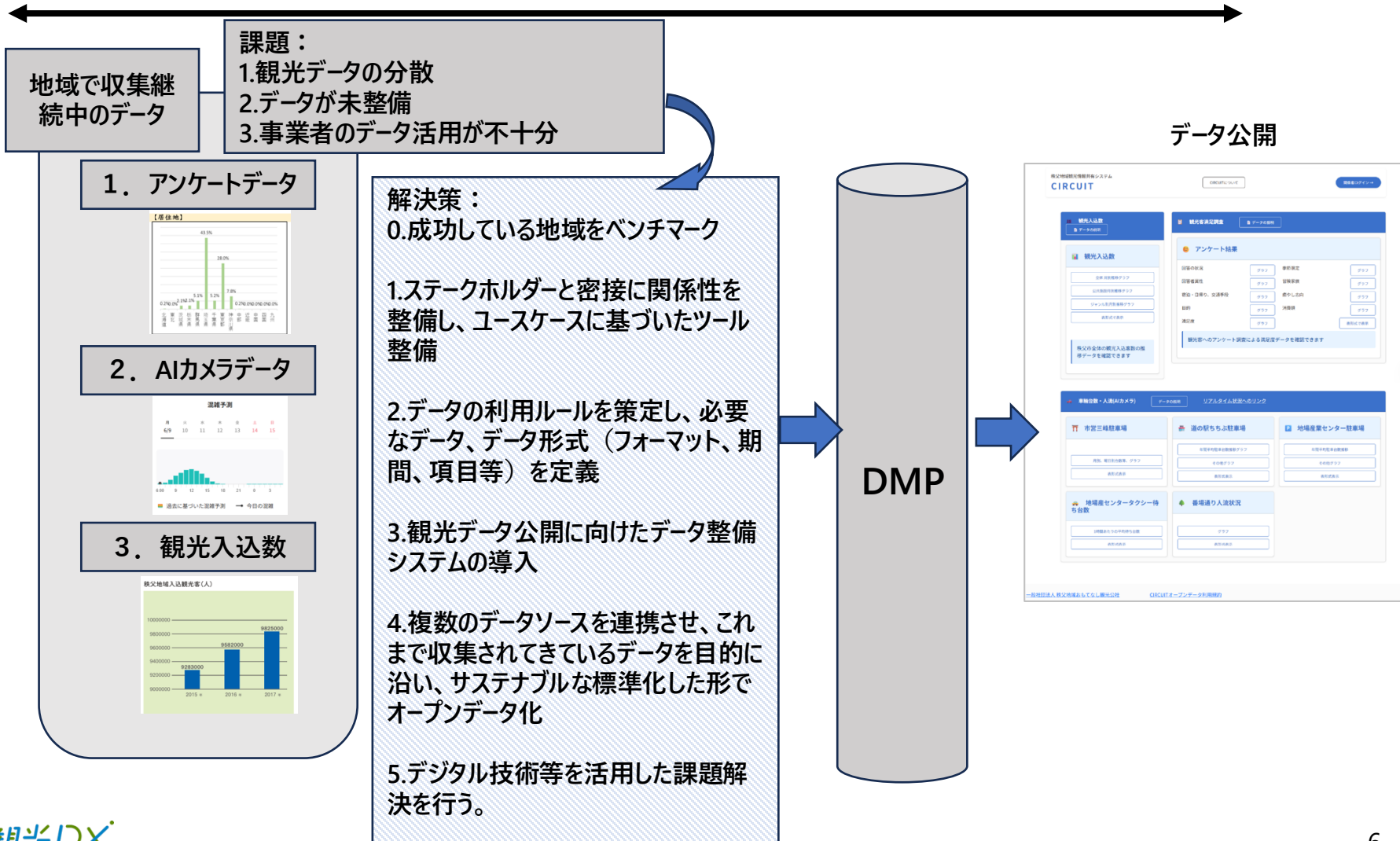
#### ■目標値

KGI オープンデータプラットフォームを活用して新たに施策に取り組む事業者数（10事業者）  
KPI 地域のステークホルダーのデータ活用のワークショップへの参加者数（30人）

# 3.実証事業

## (1) 全体像

成功している地域をベンチマーク ~ 必要なデータ、データ形式（フォーマット、期間、項目等）を定義 ~ これまで収集されてきているデータを目的に沿い、サステナブルな標準化した形でオープンデータ化



### 3.実証事業

#### (2) 目標・取組内容

##### 目標

Goal：地域のステークホルダーが平日/休日等の繁閑差を把握し、仕入れやスタッフ配置を工夫するなどにより、事業者の生産性向上が図られる。

KGI オープンデータプラットフォームを活用して新たに施策に取り組む事業者数（10事業者）

KPI 地域のステークホルダーのデータ活用のワークショップへの参加者数（30人）

取組	取組概要	頁
<p><b>取組①</b> AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>・地域内に分散していたAIカメラのデータを整備・標準化し、オープンデータとして活用可能にする取組を実施。</li><li>・複数ベンダーとの契約やAPI連携によりデータの統合。</li><li>・AWSにデータ格納して、更新頻度を設定して更新の自動化実現。</li></ul>	P.8
<p><b>取組②</b> アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援</p>	<p>満足度アンケート調査に関する課題の確認、共通認識を醸成。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・現在紙で実施中のアンケート調査をQRコード中心に切替対応方法を検討。</li><li>・無料のBIツールであるLooker Studioの機能を紹介。他の観光地域でのデータの可視化パターンについて研究し、議論を重ねて複数グラフを提供。</li></ul>	P.16
<p><b>取組③</b> ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>・本事業の目的やゴールを説明、他の観光地域のDXの取組、過去の満足度アンケート調査の分析結果を紹介。</li><li>・アンケート調査から試験的に分析した、秩父地域を訪問している旅行者のクラスター8種類について、ペルソナを提示、説明。</li><li>・グループワークで、3つのペルソナについてカスタマージャーニーマップを作成、発表。</li></ul>	P.26

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組① AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

取組概要：地域内に分散していたAIカメラのデータを整備・標準化し、オープンデータとして活用可能にする

#### 取組の詳細

この取組は、地域内に分散している観光データを集約・オープンデータ化し、観光事業者や行政がデータに基づいた意思決定（データオリエンテッドな経営）を行えるようにすることを目的としています。

##### 1. AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化

これまで地域のAIカメラデータは、複数のベンダー（バカン社、アーベルソフト社）によって管理され、データの所有権や利用権が不明確であったり、分析されていない状態で分散していました。これらの課題に対し、以下の手順で整備とオープンデータ化を進めました。

- 権利関係の整理とデータ統合:

- AIカメラベンダーと交渉し、API連携によるデータ取得の条件整備やNDA（秘密保持契約）の締結を行いました。
- これまで活用されていなかったタクシー待ち状況や駐車場のデータ等の権利関係を整理し、二次利用可能なルールを策定しました。

- データの標準化と整備プロセス:

- データ収集から公開までのプロセスを省力化するツールを整備し、AWS（Amazon Web Services）上にデータを格納、REST APIを通じて自動的に前日までのデータを収集し、提供する仕組みを整備しました。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

**取組①** AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

#### 取組の詳細（続き）

##### 2. 混雑状況の可視化と繁閑差の把握

整備されたデータは、AWSの上で、さまざまな種類のグラフ機能を用いて可視化され、プラットフォーム「CIRCUIT」上で公開されています。

- 可視化されている具体的なデータ:
  - 市営三峰駐車場の混雑状況: 月別・日別の車両数推移を表示し、オーバーツーリズム対策や混雑緩和策に活用します。
  - タクシー待ち状況: 秩父駅前のタクシー乗り場における「1時間あたりの平均待ち台数」を可視化し、タクシーが0台になる時間帯（機会損失の可能性）等を把握できるようにしています。
  - 人流データ: 番場通りの日別通行人推移等を表示し、イベント（秩父夜祭等）による集客効果の検証を可能にしています。
  - その他の駐車場: 道の駅ちちぶや地場産業センターの駐車場利用状況等も対象としています。
- 繁閑差の把握と活用目的:
  - 生産性の向上: 平日と休日の大きな繁閑差（入込数の差）を可視化することで、観光事業者が客数を予測し、仕入れやスタッフのシフト配置を最適化できるようにすることを目指しています。
  - 周遊促進: 混雑状況をタイムリーに把握・公開することで、旅行者の行動変容を促し、特定のスポット（三峯神社等）への集中を緩和し、地域内の周遊を促進することを狙っています。
  - 比較機能: 今年度と前年度のデータを自動比較できる機能を備え、過去の傾向に基づいた予測や対策立案を支援しています。

### 3.実証事業 (3) 各取組の詳細

#### 取組① AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

##### ■ システム

##### ● コンセプト・機能概要

###### 1. オープンデータ化のコンセプト

このプロジェクトの核心は、「分散・死蔵されているデータの資産化と民主化」です。

- 「使えるデータ」への標準化と権利整理：
  - AIカメラのデータの所有権や二次利用の権利関係をクリアにし、オープンフォーマット化を行うことで、第三者が二次利用しやすい「オープンデータ」として整備することを目指しています。
- データオリエンテッドな意思決定の支援：
  - 勘や経験に頼る経営から脱却し、客観的な数値に基づいて「仕入れ」や「スタッフ配置」を最適化し、生産性を向上させることを目指しています。

###### 2. 機能概要

システムはAWS（Amazon Web Services）上に整備され、REST APIを通じてデータを収集・格納し、さまざまな種類のグラフ機能で可視化して提供されています。

##### ● システム構成



※URL：<https://production.chichibu-omotenashi.com/>

### 3.実証事業 (3) 各取組の詳細

**取組①** AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

- システム
- UI・UX



解説: AIカメラ情報の入手トップ画面

※URL : <https://production.chichibu-omotenashi.com/>



解説: 個別グラフ画面

上: 市営三峰駐車場

(左: 月別 右: 地名別ランキング)

左下: 地場産センタータクシー待ち台数

右下: 番場通り通行状況 (日別通行人推移)

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

**取組①** AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

#### ■ システム

##### ● 主な可視化機能と対象データ

プラットフォーム「CIRCUIT」上では、以下のデータがグラフ等で可視化されています。

- 市営三峰駐車場の混雑状況:
  - 機能: 月別・日別の車両数推移を表示します。
  - 目的: 渋滞が発生しやすい三峯神社の混雑状況を把握し、オーバーツーリズム対策や分散化に活用します。
- タクシー待ち台数のモニタリング:
  - 機能: 秩父駅前のタクシー乗り場における「1時間あたりの平均待ち台数」を表示します。特に「タクシーが0台になった時間帯」を赤丸でポイント表示する機能があります。
  - 目的: 機会損失が発生している時間帯（タクシー不足）を可視化し、配車計画の改善を促します。
- 人流データ（番場通り）:
  - 機能: 日別の通行人数推移を表示します。秩父夜祭等のイベント時のスパイク（急増）も確認できます。
  - 目的: イベントの集客効果測定や、街中の回遊状況の把握に使用します。
- その他の駐車場:
  - 道の駅ちちぶや地場産業センターの駐車場利用状況等も対象としています。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

**取組①** AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

#### ■ データ活用

##### 1.データの収集

- 秩父地域の「市営三峰駐車場」「道の駅ちちぶ駐車場」「地場産業センター駐車場」等設置済みのAIカメラデータにより、駐車台数や混雑状況のデータを収集。
- 「番場通り」日別の通行人推移データを収集し、「地場産センター」のAIカメラからはタクシー乗り場の待機台数（および0台の時間帯）のデータを収集。

##### 2.データの蓄積

- DMOの運用する観光情報共有システム「CIRCUIT」（AWS上に整備）への蓄積・データ連携。
- AIカメラデータをAPIを通じて日次バッチで蓄積。
- 過去データの有効活用ができるように、1年前の同時期のグラフを同時に表示できる機能を提供。

##### 3.データの活用

- 駐車実績データや混雑予測を活用して、平日・休日の繁閑差を把握し、スタッフのシフト配置や食材の仕入れ量を最適化するための材料として活用。
- 秩父地域おもてなし観光公社の公式データとして、補助金申請時に添付。

##### 4.活用による効果

- 繁閑差やイベント時の人流スパイク（急増）の可視化を通じた、データに基づいた意思決定（データオリエンテッドな経営）の土台構築。具体的には、10事業者・団体（詳細は p 29～ p 33を参照）が実際にデータの利用を開始。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組① AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

##### ■ まとめ

##### 取組前 (before)

取組以前は、豊富な観光資源に関連した豊富なAIカメラデータが存在していたものの、それらが有効活用されていない「分散」と「未整備」の状態にありました。

##### 取組結果 (after)

データを集約・標準化し、誰でも利用可能な「CIRCUIT」として公開・運用

- システム整備とデータ公開:
  - AIカメラデータ（駐車場混雑、タクシー待ち、人流等）を整備・登録
- 具体的な可視化の実現:
  - 市営三峰駐車場: 月別・日別の車両数を可視化
  - タクシー待ち: 「タクシーが0台になる時間帯」を赤丸で表示
  - 人流: 秩父夜祭等のイベント時の人流スパイク（急増）を確認
  - 12月の説明会には37名が参加し、KPI（参加者30名）を達成。また、実際にデータ利用開始している団体が10団体（詳細はp29~p33を参照）あります。

##### 取組結果の分析

地域のデータ活用に対する潜在的な需要の高さが明らかになりました。これまで事業者は、地域内にどのようなデータが存在するのかを把握する手段がありませんでしたが、活用可能なデータが複数あることや、簡易にデータを取得できるプラットフォームが整備されたことを周知できました。一方で、AIカメラの故障などによりデータが取得できない場合の対応について、運用面での課題も顕在化しました。・高いデータ活用意欲と今回の取組を長瀬等に広域展開する等の具体的なニーズが確認できました。

- DMOが自律的に安定運用するための引き継ぎやマニュアル整備の重要性が確認されました。
- 今回は「散らばっていたデータを集めて枠にはめ地域全体で完成図（観光の実態）を見られるようにした」と言えます。今後は、この完成図を基に、各事業者が具体的戦略を立案するフェーズへと移行します。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

**取組①** AIカメラデータの整備・標準化・オープンデータ化と混雑状況の可視化による繁閑差の把握

#### ■ 工夫した点・注力した点

##### 1. 運用負荷を軽減するデータ収集の自動化（API連携）

- **工夫点:** 複数のベンダー（バカン社、アーベルソフト社等）に分散していたAIカメラデータを、API連携によってAWS上のプラットフォーム「CIRCUIT」へ自動集約する仕組みを整備しました。
- **効果:** これまで手動での情報入力や管理にかかっていた行政・DMO職員の業務負荷を削減しつつ、継続的かつ安定的に最新データを蓄積・公開できる「サステナブルな標準化」を実現しました。

##### 2. 繁閑差の可視化による事業者の生産性向上支援

- **工夫点:** 平日と休祝日の入込数や混雑状況の差（繁閑差）をグラフで明確に可視化しました。また、前年度データを自動的に重ねて表示する機能を実装し、過去の傾向との比較を容易にしました。
- **効果:** 周辺の事業者や飲食店が、感覚ではなく数値に基づいて客数を予測できるようになり、食材の「仕入れ」やスタッフの「シフト配置」を最適化する等、経営効率と生産性の向上に直結する情報を提供しました。

##### 3. ステークホルダー参加型のアジャイル整備

- **注力点:** システムを完成させてから公開するのではなく、早い段階から地域の観光事業者を巻き込んだワークショップ（7月、12月等）を繰り返し実施しました。
- **効果:** 事業者の生の声（ユースケース）を反映させることで、「使いにくいツール」になるのを防ぎ、自分たちのためのデータであるという当事者意識（データオリエンテッドな意識）の醸成を図りました

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組② アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

取組概要：満足度アンケート調査に関する課題の確認、共通認識を醸成しました。無料のBIツールであるLooker Studioの機能を紹介。他の観光地域でのデータの可視化パターンについて研究し、議論しました。観光入込数データはオープン化できる内容を合意することからすすめました。

#### 取組の詳細

この取組は、これまで静的な集計結果だけで提供していた満足度調査のデータを、Looker Studioを使うことで、利用者自らの条件設定で集計できるようにするものです。

また、これまで公開されてこなかった秩父市の月単位の入込数を公開します。

これにより、地域内の観光関係者や事業者が、欲しいデータに迅速な意思決定ができることを目的としています。

##### 1. アンケートデータの整備・標準化・オープンデータ化

おもてなし観光公社では秩父市を中心とした1市4町（秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町）の6カ所で、旅行者を対象に旅行者満足度調査を2016年から実施しています。アンケート結果は毎年集計を行い、ウェブサイトでPDFで公開されています。PDFでの公開なので、アンケートの結果は観光事業者が自由に分析して活用できない状態でした。(次ページ参照) これらの課題に対し、以下の手順で整備とオープンデータ化が進めました。

- データ整理とデータ統合:

アンケートデータは2016年から取得していましたが、アンケート項目は2019年、2025年に見直しが行われています。2025年のアンケート項目を基準にデータの整備を行いました。さらに、自由記入欄のデータの統一を図るためにデータ変換辞書を整備しアンケートデータの統合、クリーニングを実現しました。

- データの標準化と整備プロセス:

収集したアンケートデータを整備し、公開を行うため、AWS（Amazon Web Services）上にデータを格納、無料のBIツールであるLooker Studioの機能を利用してグラフ化する仕組みを整備しました。



## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組② アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

#### 取組の詳細（続き）

##### 2. 観光入込数データの整備・標準化・オープンデータ化

- データ公開の調整とデータ統合:

秩父市では、市内の主要観光施設・観光案内所・交通機関等、あらかじめ測定する観光地点（観光スポット）やイベントを決めており、それぞれの月ごとの旅行者数を調べていますが、観光事業者がデータを活用できるようには公開されていませんでした。

2025年1月以降のデータをCIRCUITで公開して活用できるようにしました。

- ・秩父市 観光入込数 全体月別推移(全体、観光地点(神社仏閣)、観光地点(レジャー施設、ゴルフ場計)
- ・秩父市が直接管理している観光地点は、施設ごとの月別推移
- ・民間事業者等が運営する施設等は、ジャンルごとにまとめた月別推移
- ・イベント別の入込数

- データの標準化と整備プロセス:

収集したデータを整備し、公開を行うため、AWS（Amazon Web Services）上にデータを格納し、グラフ表示を行う仕組みを整備しました。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組② アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

##### ■ システム

##### ● コンセプト・機能概要

###### 1. オープンデータ化のコンセプト

###### ● 「使えるデータ」への標準化

アンケートデータではデータクリーニングや標準化による統合を行い、オープンフォーマット化を行うことで、第三者が二次利用しやすい「オープンデータ」として整備することを目指しました。

###### ● データオリエンテッドな意思決定の支援

さまざまなグラフ表示を実現することで 勘や経験に頼る経営から脱却し、客観的な数値に基づいた判断ができる支援をすることを目指しています。

###### 2. 機能概要

システムはAWS（Amazon Web Services）上に整備され、アンケートは無料のBIツールであるLooker Studioの機能を利用、観光入込数は独自機能でさまざまな種類のグラフによる可視化機能を提供されています。

##### ● システム構成



※URL : <https://production.chichibu-omotenashi.com/>

### 3.実証事業 (3) 各取組の詳細

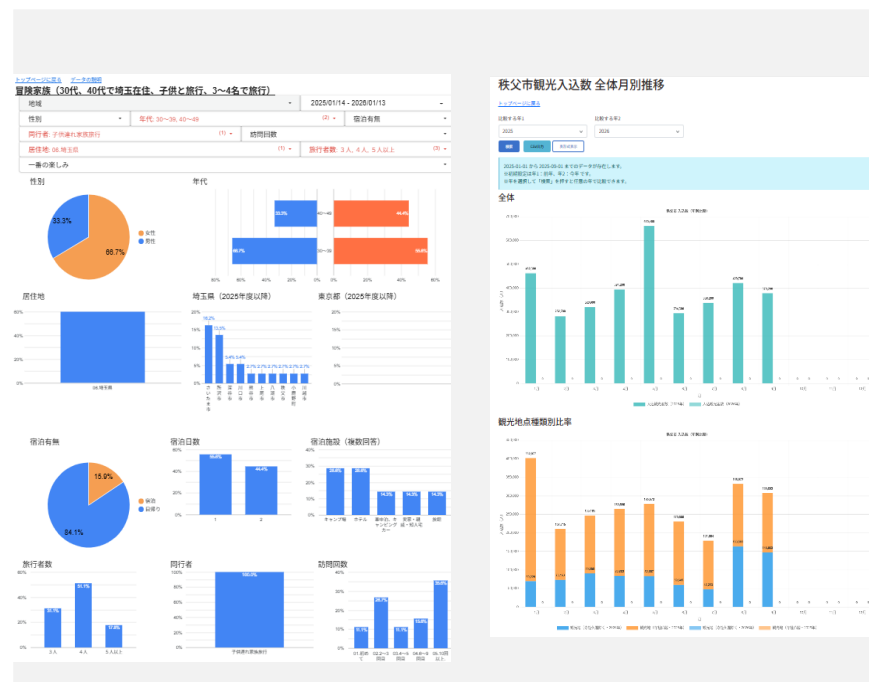
#### 取組② アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

- システム
- UI・UX



解説: アンケート結果、観光入込数のトップ画面

※URL : <https://production.chichibu-omotenashi.com/>



解説: 個別グラフ画面

左: ペルソナ別アンケート回答結果例「ターゲット名: 冒険家族 (30代、40代で埼玉在住、子供と旅行、3~4名で旅行)」

右: 観光入込数月別推移例

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

**取組②** アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

#### ■ システム

##### ● 主な可視化機能と対象データ

プラットフォーム「CIRCUIT」上では、以下のデータがグラフ等で可視化されています。

##### 1. アンケート

- ・6か所の地点でアンケート調査を実施したデータを可視化しています。

秩父観光情報館、道の駅ちちぶ、横瀬町ブコーさん観光案内所、道の駅みなの、長瀬町観光情報館、道の駅両神温泉 薬師の湯。

- ・回答の状況(実数で表示) アンケート取得地点ごとの取得数。

- ・回答者属性(%で表示) 性別、年代、居住地。

- ・宿泊・日帰り、交通手段(%で表示) 宿泊・日帰り、訪問回数、旅行者の人数、同行者の種類、宿泊日数、宿泊した宿泊施設の種類、(2025年度以降は、一棟貸し、車中泊を追加。) 交通手段(秩父地域まで、秩父地域内。複数回答)、旅行の手配

- ・目的(%で表示) 一番の楽しみ、活動した内容(複数回答)

- ・満足度(%で表示) 項目別に7点満点で評価。(1：大変不満、7：大変満足) 表示される平均は加重平均(7点満点)

- ・消費額(円で表示) 宿泊客、日帰り客別に集計(平均値、中央値)

##### 2. 観光入込数

- ・秩父市 観光入込数 全体月別推移(全体、観光地点(神社仏閣)、観光地点(レジャー施設、ゴルフ場計)

- ・秩父市が直接管理している観光地点は、施設ごとの月別推移

- ・民間事業者等が運営する施設等は、ジャンルごとにまとめた月別推移

- ・イベント別の入込数

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

**取組②** アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

#### ■ データ活用

##### 1.データの収集

- 秩父観光情報館、道の駅ちちぶ、横瀬町ブコーさん観光案内所、道の駅みなの、長瀬町観光情報館、道の駅両神温泉 薬師の湯でアンケートデータを収集しています。
- 秩父市が保有する全体、観光地点(神社仏閣)、観光地点(レジャー施設、ゴルフ場計)、イベントの観光入込数のデータを収集しています。

##### 2.データの蓄積

- 6カ所の収集場所、四半期ごとに管理していたExcelファイルを統一化しました。
- DMOの運用する観光情報共有システム「CIRCUIT」(AWS上に整備)への蓄積・データ連携しています。

##### 3.データの活用

- パルソナ別アンケート結果や観光入込数推移から対応策、改善策を検討できます。
- 秩父地域おもてなし観光公社の公式データとして、補助金申請時に添付することができます。

##### 4.活用による効果

- 2019年からの約17000件のアンケートデータにより、観光基本計画でターゲットとした3つの代表的なパルソナについて、過去、現在の状況が分かり、ターゲットに沿った観光対策を策定できます。
- 観光入込数が明確となり、入込数を意識した観光政策の策定、検証ができます。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組② アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

##### ■ まとめ

##### 取組前 (before)

取組以前は、2016年から取得されていたアンケートデータは、PDF形式のレポートで年1回公開されていました。しかし、固定した項目の集計のため、観光事業者には有効活用されていませんでした。観光入込数はデータとして公開されていませんでした。

##### 取組結果 (after)

データを集約・標準化し、誰でも利用可能な「CIRCUIT」として公開・運用

##### ・システム整備とデータ公開:

アンケートデータは2019年1月からの約17000件のデータを公開。

観光入込数は2025年1月からのデータを公開。

○ アンケートデータでは、アンケート属性により3つの代表的ペルソナ別回答状況を提示。旅行者の客層ごとの反応の見える化を実現しました。

○ 12月の説明会には37名が参加し、KPI（参加者30名）を達成。また、既に10団体（ワイナリー、カフェ、観光協会等）が実際にデータ利用開始し、KGI（参加者10団体）を達成

##### 取組結果の分析

おもてなし観光公社が収集していたアンケートデータ約17000件を統合的に分析することで、秩父への旅行者を代表するペルソナ3タイプを特定しました。従来、年1回しか分析されていなかったアンケートデータを俯瞰して分析することで秩父の観光の状況や推移を明らかにすることができました。アンケートデータでは、アンケートシートからデータ入力する際の精度やルール通りに入力することの必要性も明らかになり、運用面での課題も顕在化しました。そこで、アンケート入力時のルール徹底、入力シートでの選択肢設定の対策を行いました。また、アンケートと観光入込数を同時に分析する必要性も明らかになったため、それぞれの結果をウェブサイト上で切り替えながら確認できるよう、タブ形式で表示する方法を提示しました。

- ・ 高いデータ活用意欲と今回の取組を長瀬等に広域展開する等の具体的ニーズが確認できました。
- ・ DMOが自律的に安定運用するための引き継ぎやマニュアル整備の重要性が確認されました。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組② アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

##### ■ 工夫した点・注力した点

#### 1. アンケートデータの統合、クレンジング

- **工夫点:** アンケートデータでは自由記入欄があり、用語が不統一、アンケート入力のルールが徹底されていないなど、グラフ化を行うためにデータとして正しく活用できないケースがありました。アンケートから得た回答に対して、用語の統一や入力ルールを整えるため、データ変換辞書を活用し、データのクレンジング、標準化を行いました。データ変換辞書を活用することで、AWS上のプラットフォーム「CIRCUIT」へ過去のアンケートデータを集約する仕組みを整備しました。
- **効果:** 継続的かつ安定的に最新データを蓄積・公開できる「サステナブルな標準化」を実現しました。

#### 2. アンケートデータの可視化

- **工夫点:** 無料のBIツールであるLooker Studioの機能を利用することでさまざまな種類のグラフを実現することができました。
- **効果:** ペルソナ別のグラフ表示も簡単に実現することができました。Looker Studioの機能を利用することで、将来的にグラフの追加や修正などをプログラムを開発せずに見直しをすることができます。

#### 3. 入込数データの公開プロセス

- **工夫点:** 公開にあたっては、民間事業者から提供を受けているデータの扱いが論点となり、公開方法の検討を行いました。そこで、他自治体の事例を参照しつつ、公開範囲・粒度を精査しました。最終的に、市が管理する施設は個別値を、それ以外の観光地点はジャンル別に合算することで匿名性を確保する方針を整理しました。また、従来は年1回・翌年公開であった入込数を、今回は3か月ごとに月別値として提供するなど、公開頻度の向上にも取り組みました。
- **効果:** 完成説明会で公開方針を示したところ、事業者から入込数の公開を歓迎する反応が得られました。これを受け、将来的には月次公開への移行も検討することとなりました。実際にデータを使う事業者の反応を共通認識にすることで、データを公開する側も気づきがあったと思います。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

**取組②** アンケート・観光入込数データの整備と観光特性の分析によるマーケティング支援

#### ■ 工夫した点・注力した点（続き）

#### 4. ステークホルダー参加型のアジャイル方式による整備

- **注力点:** システムを完成させてから公開するのではなく、早い段階から地域の観光事業者を巻き込んだワークショップ（7月、12月等）を繰り返し実施しました。
- **効果:** 事業者の生の声（ユースケース）を反映させることで、「使いにくいツール」になるのを防ぎ、自分たちのためのデータであるという当事者意識（データオリエンテッドな意識）の醸成を図りました

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組③ ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出

取組概要：地域内のステークホルダーと7、12月にワークショップを実施し、データ活用を図るユースケースを創出しました。また、コンソーシアム内でもシステム整備に関するワークショップを11回実施しました。これにより、順を追って、データ活用の具体的な使い方が理解できるようになりました。

#### 取組の詳細

コンソーシアムのメンバーやステークホルダーには、完成したシステムを使ってもらうのではなく、どのようなシステムを作るのかという段階から参加してもらうことで、CIRCUITへのオーナーシップを醸成しました。

##### 1. ステークホルダーワークショップ

- ・7/24(金)14:00-16:00 事業目的等を説明、他地域のDXの取組、過去の満足度アンケート調査の分析を紹介
- ・アンケート調査から試験的に分析した、秩父地域への旅行者のクラスター8種類について、ペルソナを提示、説明。
- ・グループワークで、3つのペルソナについてカスタマージャーニーマップを作成、発表。

##### 2. CIRCUIT利用説明会

- ・12/18(木)15:00-16:00 事業の経緯、CIRCUITで搭載したデータと機能を説明。
- ・質疑応答の時間を30分と長めに取り、事業者の意見を確認しました。想定以上に高いデータ活用意向でした。

##### 3 コンソーシアム内ワークショップ

- ・AIカメラワークショップ 合計6回実施(7/4、7/18、8/7、9/19、10/2、10/28)
- ・満足度アンケート調査ワークショップ 合計5回実施(7/11、8/8、9/12、10/10、10/24)
- ・入込数ワークショップ 合計3回実施(9/2、10/7、11/10)
- ・単なる打合せではなく、他DMOなど先進事例を基にしたベンチマークの設定：箱根、福井県、八戸などで公開されているデータを共有。地域の課題、整備過程、使われているデータ、データ取得から公開までの仕組み、ユーザーフェース、分析内容を確認しました。

### 3.実証事業

#### (3) 各取組の詳細

##### 取組③ ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出

##### ■事業者、住民の巻き込み状況：事業者、ステークホルダーワークショップ 7/24(金)14:00-16:00

- ・参加者28名
- ・アンケート調査から試験的に分析した、秩父地域を訪問している旅行者のクラスター8種類について、ペルソナを提示、説明。
- ・グループワークで、3つのペルソナについてカスタマージャーニーマップを作成、発表。
- ・ワークショップで、蓄積されたデータの活用で、地元の企業・団体の売上や利益を向上できることを実感してもらえました。(例：秩父札所の住職が車で訪問される参拝客の混雑状況と利便性を検討するなど。)



秩父地域おもてなし観光公社井上事務局長から、事情について説明



コンソーシアムのワールド・ビジネス・アソシエイツ城ヶ崎が、他地域の観光DX事例を紹介



過去の満足度アンケート調査の分析結果から作ったペルソナを基に、グループワークでカスタマージャーニーマップを作成



グループでそれぞれに検討をしている様子



グループワークの検討結果を発表



参加者の記念撮影

### 3.実証事業 (3) 各取組の詳細

#### 取組③ ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出

##### ■CIRCUIT利用説明会 12/18(木)15:00-16:00

- ・参加者37名
- ・本事業の経緯、目的を説明。CIRCUITで搭載したデータと機能を説明。内容は、データ分析に不慣れな事業者に伝わりやすいように、詳細な仕様に踏み込まず、オープンデータとして利用可能になったことを簡潔に説明。
- ・説明会では、可視化イメージを理解しやすくするためにダミーデータを使用。1/5には本番データに切り替わることを紹介しました。
- ・質疑応答の時間を30分と長めに取り、事業者の意見を確認しました。



秩父地域おもてなし観光公社  
井上事務局長  
から、事情について説明



秩父地域おもてなし観光公社  
堀口氏から掲載されているデータ種類や機能を説明



会場は、30人定員のところ、立ち見ができる盛況な様子



参加者は秩父地域1市4町(秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町)から広く参加集し、大部分は観光事業者



質疑応答(30分で活発な質問が提示される。(例：データ更新頻度、アンケート調査の実施場所、等)



参加者の記念撮影

### 3.実証事業

#### (3) 各取組の詳細

#### 取組③ ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出

##### ■ データ活用事例

	事業者名	使用データ	データ活用の内容
1	荒川商工会	入込・満足度	<p>荒川商工会議所はCIRCUITを地域内の観光事業者に対する経営支援に活用している。商工会の経営指導員にCIRCUITを使うように周知を図り、窓口相談業務でCIRCUITのデータを活用している。相談窓口の配置は、職員4名と臨時職員2名の計6名体制で、各分野の専門性を活かした迅速かつ丁寧な伴走型支援を実施している。</p> <p>荒川商工会では、経営相談件数は年間約130件、経営計画の策定支援を100件実施している。そのうち観光関連事業者の相談が全体の4割である。これまで公開されてこなかった月別の入込数や満足度調査の顧客属性について、具体的な数値をもとに計画策定できた。これにより持続可能な事業運営に向けた基盤づくりが重点的にサポートできている。</p>
2	有限会社ファンテック (アクティビティ事業者)	満足度	<p>有限会社ファンテックは長瀬町を拠点にするラフティングツアーやBBQなどのツアー造成する事業者である。</p> <p>冬季は閑散期だが、ピークシーズンの夏季に向けた新規商品の開発に、CIRCUITのデータを使って商品開発の企画に取り組んでいる。</p> <p>これまで長瀬町に訪れている人の嗜好は入手できなかった。しかし満足度アンケートからアクティビティに関心がある人を抽出して調べることができるようになった。具体的には、長瀬地域に「アクティビティ」を主目的として訪れている観光客の属性（居住地、交通手段、同行人数、滞在時間、施設利用費等の消費動向）のデータから、これらのターゲット層に参加意欲を持ってもらえるツアー造成に活用した。</p> <p>また、これらの分析結果をもとに、自社独自の「ペルソナ」を策定した。このペルソナのニーズや行動特性と親和性の高い周辺事業者（宿泊施設、飲食店等）へ戦略的な連携を働きかけ、「宿泊＋ラフティング」や「飲食＋ラフティング」などパッケージで販売するなど地域全体でシームレスかつ満足度の高い観光体験を提供する計画である。</p>

### 3.実証事業

#### (3) 各取組の詳細

#### 取組③ ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出

##### ■ データ活用事例

	事業者名	使用データ	データ活用の内容
3	株式会社岩田屋 (土産物業者)	入込・満足度	株式会社岩田屋は秩父名産のしゃくし菜やちちぶの農産品を使ったお土産(食品)の製造事業者である。岩田屋では、CIRCUITのデータを商品の受発注の参考や、商品開発に活用している。 CIRCUITには卸先の「じばさん商店」、「道の駅ちちぶ」の駐車場のAIカメラ情報が含まれており、時系列の旅行者数の傾向をもとに納品数を決定するために活用している。道の駅ちちぶは満足度アンケートの調査地点だったことから、年代別の消費額や嗜好なども理解できるようになった。今後は、商品開発や価格設定など、秩父に来る観光客の実態に即した商品開発を行う上での根拠材料としても活用の幅を広げていく計画である。
4	武甲酒造 (酒類販売)	入込・満足度・人流	武甲酒造株式会社は、秩父を代表する銘酒武甲正宗の醸造と旅行者を対象に酒造見学を実施している。CIRCUITが見られるようになったことで、酒蔵見学の接客をする従業員に情報共有をしている。具体的には、CIRCUITで旅行者の居住地やグループ人数、秩父地域への目的などが見られるようになった。見学客への説明では、これらの特性を踏まえて説明をするように従業員に教育をした。企業としては、アルコール販売という特性から、年代を20歳以上、かつ宿泊者に絞り込み、年代別の消費額などのデータを見た。これを参考に商品開発を行い、コンセプト作成や価格設定の検討に活用している。

## 3.実証事業

### (3) 各取組の詳細

#### 取組③ ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出

##### ■ データ活用事例

	事業者名	使用データ	データ活用の内容
5	兎田ワイナリー (酒類販売)	満足度・人流	兎田ワイナリーは、秩父市にあるワイン醸造、飲食店経営の事業者である。近年、設備導入の補助金などの申請は地域の状況に沿っているか、あるいは差別化できているかなどの外部環境のデータが求められるようになってきている。しかし公開データがなく、あっても古いか出所が不明なものが多いため、根拠資料の作成にとっても困っていた。CIRCUITができたことで、公開元がDMOであること、入込数など新しいデータが入手できるようになった。いままで困っていた問題が解決してとても助かった。また市営三峰駐車場のAIカメラデータでは、ナンバープレートから来訪元の割合が分かった。意外にも八王子など都内西部からの来訪もあり、これまでデジタルマーケティングを出稿していなかった地域にも出稿の可能性があることがわかった。これらのデータをもとに販促計画を立案している。
6	長瀬NEMAKI HODOSANDO COFFEE STAND (飲食店)	満足度・人流	長瀬NEMAKI HODOSANDO COFFEE STANDは長瀬町にあり、喫茶事業と宿泊施設を経営している。宿泊施設は3部屋あり、個別の部屋貸しにも一棟貸し切りにも対応している。CIRCUITの満足度アンケート結果から旅行者の居住地、年代、グループ人数がわかる。これをもとに、一棟貸しや個別の部屋貸しの時期の選定が検討できるようになった。またデータを期間を設定して抽出できるため、夏季の繁忙期とそれ以外のシーズンで特性が異なることを確認した。これを宿泊施設の戦略策定に活用した。居住地のデータは、デジタルマーケティングの広告出稿に役立てることができた。

### 3.実証事業

#### (3) 各取組の詳細

##### 取組③ ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出

##### ■ データ活用事例

	事業者名	使用データ	データ活用の内容
7	横瀬町観光協会	満足度	横瀬町観光協会は、満足度アンケート調査の収集拠点の一つであり、CIRCUITのデータには特に注目して活用している。これまでアンケート調査の結果は、年1回、集計済のPDFを共有されたただけだったが、CIRCUITでオープンデータ化され、可視化ツールが導入されたことで、見たいデータを過去との比較や、他の収集拠点との比較、旅行者の嗜好で抽出が容易に行えるようになった。また、「期間」を設定することができるので、冬季のみの氷柱祭りや夏の川遊びなど季節限定のコンテンツに対して旅行者属性を分析することができるようになった。旅行者データは居住地や同行者などのデータをもとにプロモーション先の選定に活用している。また今後もイベント企画の開発で役立てることができる。
8	清水屋 (土産物業者)	入込・満足度	清水屋は、菓子類のお土産をファブレスで製造する土産物製造事業者である。CIRCUITを販売の際に未開拓の層へのアプローチの為の商品開発に活用している。商品はじばさん商店や道の駅ちちぶなどへ卸している。これまで手元には「買ってくれる層」のデータしかないので、お店に来てくれるが商品を購入しない層に以前より関心があった。CIRCUITでは、駐車場のAIカメラや満足度アンケートのデータから秩父地域への旅行者の属性や来訪時期の傾向がわかったので、潜在顧客をイメージすることができるようになった。また満足度アンケートの消費額のデータからお土産以外にどれだけ金額を使用したかなどを分析した。未開拓の層へのアプローチを行うための商品開発や店舗別に卸す商品の選定を検討するために活用している。

### 3.実証事業

#### (3) 各取組の詳細

#### 取組③ ワークショップの実施によるデータ活用のユースケース創出

##### ■ データ活用事例

	事業者名	使用データ	データ活用の内容
9	秩父市役所 先端技術推進課	人流	秩父市役所先端技術推進課では、AIカメラを設置し、市営三峰駐車場、道の駅ちちぶ駐車場、じばさん商店駐車場、番場通りの人流について、リアルタイム配信で情報提供してきた。これが、CIRCUITで過去データが蓄積されることで、様々な分析に活用できている。直近では、1月2日の初詣のタイミングで、三峯神社周辺で想定以上の降雪があり路面凍結や車のスリップなどが発生した。これにより山道を引き返せなくなった車が三峯神社の駐車場に長時間滞留を余儀なくされることがあった。これについてAIカメラで取得しているナンバープレートから旅行者の地域がすばやく特定できた。冬用タイヤの履き替えなど注意喚起先を選定する際の根拠資料として早速役立てることができた。
10	秩父商工会議所	入込・満足度・人流	秩父商工会議所はCIRCUITを地域内の観光事業者に対する経営支援に活用している。秩父商工会議所の年間相談件数は400件、そのうち観光事業者の相談が全体の6～7割を占めている。また、経営計画の策定は年間80件、そのうち観光事業者は約5割を占めている。これらの事業者の補助金申請の支援に、CIRCUITのデータを活用するように経営指導員に周知を図り、窓口相談業務でデータを活用している。観光事業者は、地域資源を活かした集客やサービス向上への関心が高く、CIRCUITのデータもとにデータに基づいた計画策定に役立てることができている。

## 4.総括

### (1) 実証事業の結果

#### KGI・KPIの進捗結果

KGI：CIRCUIT利用団体10団体 最終値10団体

KPI：ワークショップ参加30名 最終値 37名

		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	最終値
KGI	実績値					1団体	3団体	10団体	10団体
	目標値					0団体	3団体	10団体	10団体
	進捗率(%)					0%	30%	100%	100%
KPI	実績値	30人	30人	30人	30人	30人	67人	67人	67人
	目標値					30人	30人	30人	30人
	進捗率(%)					100%	223%	223%	223%

#### KGI・KPIの進捗結果の分析

- 運用フロー設定が現場の実態と相違があり、また関係者のデータ提供に対する認識の齟齬があったが、対応策として改めてヒアリングと説明を行うことで「CIRCUIT」の相互理解が進んだため、12月に正式リリースでき、当初予定通り10団体に利用いただけた。
- CIRCUITβ版リリースが遅れ説明会開催が遅れたが、改めて事業者へリマインドを行った事により想定を上回るWSの参加があった。その後丁寧にフォローを行い、KGIを達成することができた。
- データ提供先企業との認識の齟齬によりAPI連携が遅れが生じたが、丁寧に打ち合わせを重ねAPI連携ができたため、想定通りのデータが公開可能となった。

## 4.総括

### (1) 実証事業の結果

#### 実証事業を通じて得られた成果

##### 取組前 (before)

- DMO、行政が駐車場のAIカメラなどからビックデータなど多数のデータを取得しているものの、集約されず全体像が把握しにくくなっていました
- データがアナログなままのもの、公開には秘匿化や二次利用の権利を明確にする必要があるもの、メタデータの作成やオープンフォーマット対応が不十分でした。
- データ活用リテラシーが十分でなく、地域の観光事業者によるデータ活用が限定的であり、データを活用した生産性の向上につながっていませんでした。

##### 取組後 (after)

###### 観光データの蓄積・公開体制の整備

- 秩父地域オープンデータサイトCIRCUITの活用により、AIカメラ・入込観光客数・満足度調査等のデータが集約・公開でき、データ分析による全体像の把握ができるようになりました。

###### データ公開、連携の整備

- 秩父地域オープンデータサイトCIRCUITの整備過程で想定データのデジタル化、秘匿化や二次利用の権利明確化が完了しました。

###### 旅行者満足度と観光事業者の生産性の向上

- データ活用リテラシーの向上を目的としたワークショップ及びCIRCUIT説明会の開催やその後のフォローアップにより事業者のデータ活用につながった。  
例：オープンデータを用いたPR戦略の構築や、観光客の商品購入傾向の分析による商品開発の基礎情報としてデータを活用する動きが見られました。

## 4.総括

### (2) 事業の考察

#### 成果 1

##### 観光データの蓄積体制の整備

・オープンデータサイトCIRCUITの整備により、各団体が個別に収集していたデータについて、統一したシステムへの収集が可能となりました。そのため行政が収集しているAIカメラデータ・入込観光客数データとDMOが収集している観光客満足度調査のデータを格納することができ、データ分析による全体像の把握ができました。

・データについてはLooker studioを活用したグラフ形式とexcel形式の2パターンの公開により、本オープンデータをそのまま利用するだけでなく各事業者によるA I等を活用した分析にも活用できました。



CIRCUITのトップページ

#### 成果 2

##### データ公開、連携の整備

・本事業で取り扱ったデータについて入込観光客数及び観光客満足度データについては紙による収集、AIデータについてはデータ事体の蓄積はあったが一部情報公開に適さない部分があったため、紙データについては要件定義の上デジタルデータ化を行い、A Iデータについてはナンバープレート認識のため必要部分以外を秘匿化し、いずれも公開可能となりました。

・AiカメラについてはAPI連携を行い自動で最新情報を反映できるようにしました。

The image shows a screenshot of a data table with columns for '検出日時' (Detection Date/Time), 'INOUT' (In/Out), and '地域' (Area). The table contains multiple rows of data, with some rows highlighted in grey. The data appears to be related to tourist numbers and satisfaction levels, as mentioned in the text.

検出日時	INOUT	地域
2024-09-20 10:00:00	IN	大宮
2024-09-20 10:05:00	IN	大宮
2024-09-20 10:10:00	IN	大宮
2024-09-20 10:15:00	IN	大宮
2024-09-20 10:20:00	IN	大宮
2024-09-20 10:25:00	IN	大宮
2024-09-20 10:30:00	IN	大宮
2024-09-20 10:35:00	IN	大宮
2024-09-20 10:40:00	IN	大宮
2024-09-20 10:45:00	IN	大宮
2024-09-20 10:50:00	IN	大宮
2024-09-20 10:55:00	IN	大宮
2024-09-20 11:00:00	IN	大宮
2024-09-20 11:05:00	IN	大宮
2024-09-20 11:10:00	IN	大宮
2024-09-20 11:15:00	IN	大宮
2024-09-20 11:20:00	IN	大宮
2024-09-20 11:25:00	IN	大宮
2024-09-20 11:30:00	IN	大宮
2024-09-20 11:35:00	IN	大宮
2024-09-20 11:40:00	IN	大宮
2024-09-20 11:45:00	IN	大宮
2024-09-20 11:50:00	IN	大宮
2024-09-20 11:55:00	IN	大宮
2024-09-20 12:00:00	IN	大宮

表形式の公開データ（検出日時・INOUT・地域のみを抽出）

## 4.総括

### (2) 事業の考察

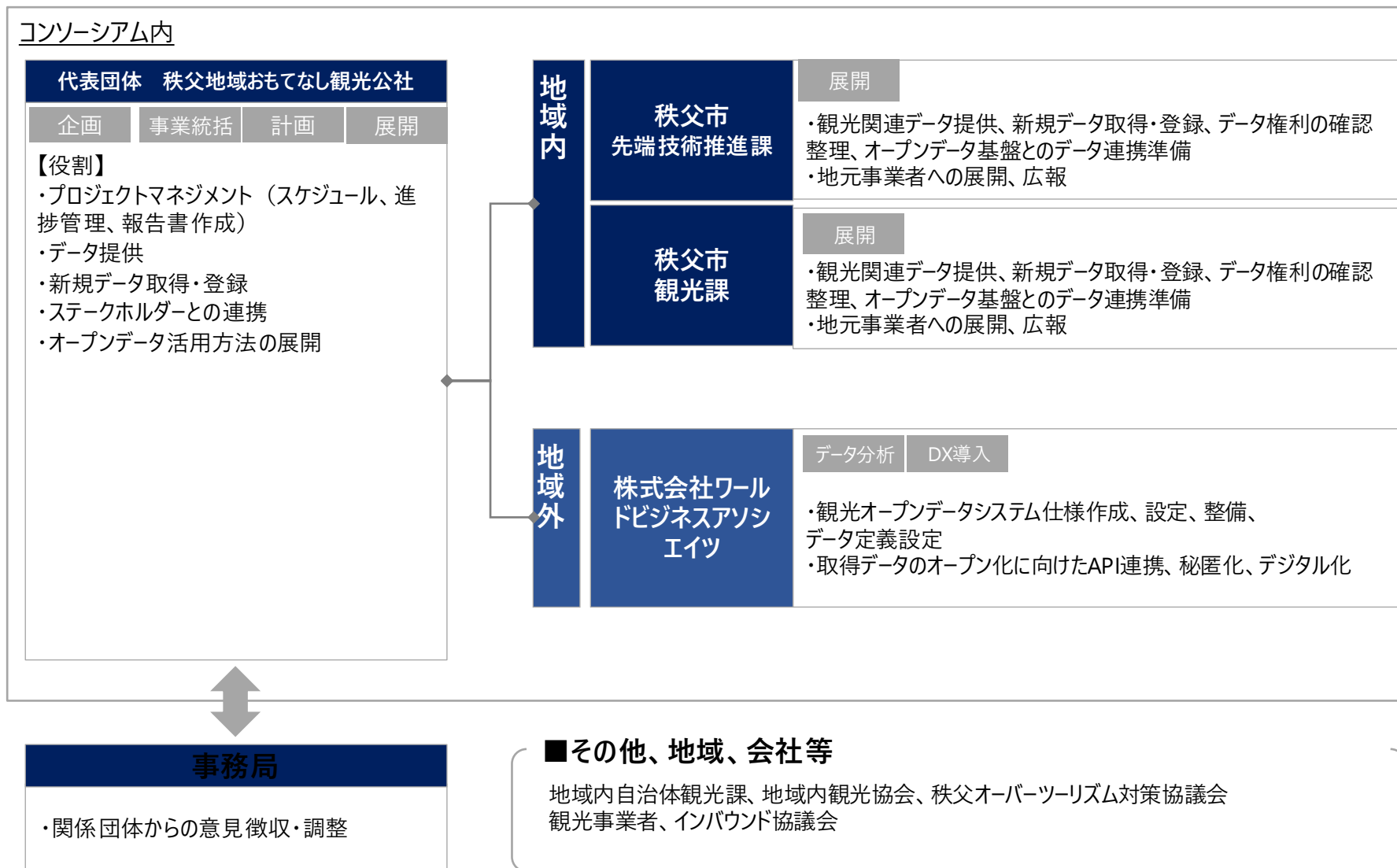
#### 成果 3

##### 旅行者満足度と観光事業者の生産性の向上

・データ活用についてワークショップや説明会を開催し、活用先の観光事業者に向けたデータリテラシーの向上を図ったところ、想定を超える事業者に参加いただきました。特に説明会についてはアンケートを収集し、その後フォローアップを行ったところ、想定通り10社の活用事例が確認できました。まだ運用を開始した直後ですが、今後説明会等を定期的で開催する等フォローアップを行います。  
※各事業者の活用事例についてはp29~33を参照してください。

# 5.実施体制

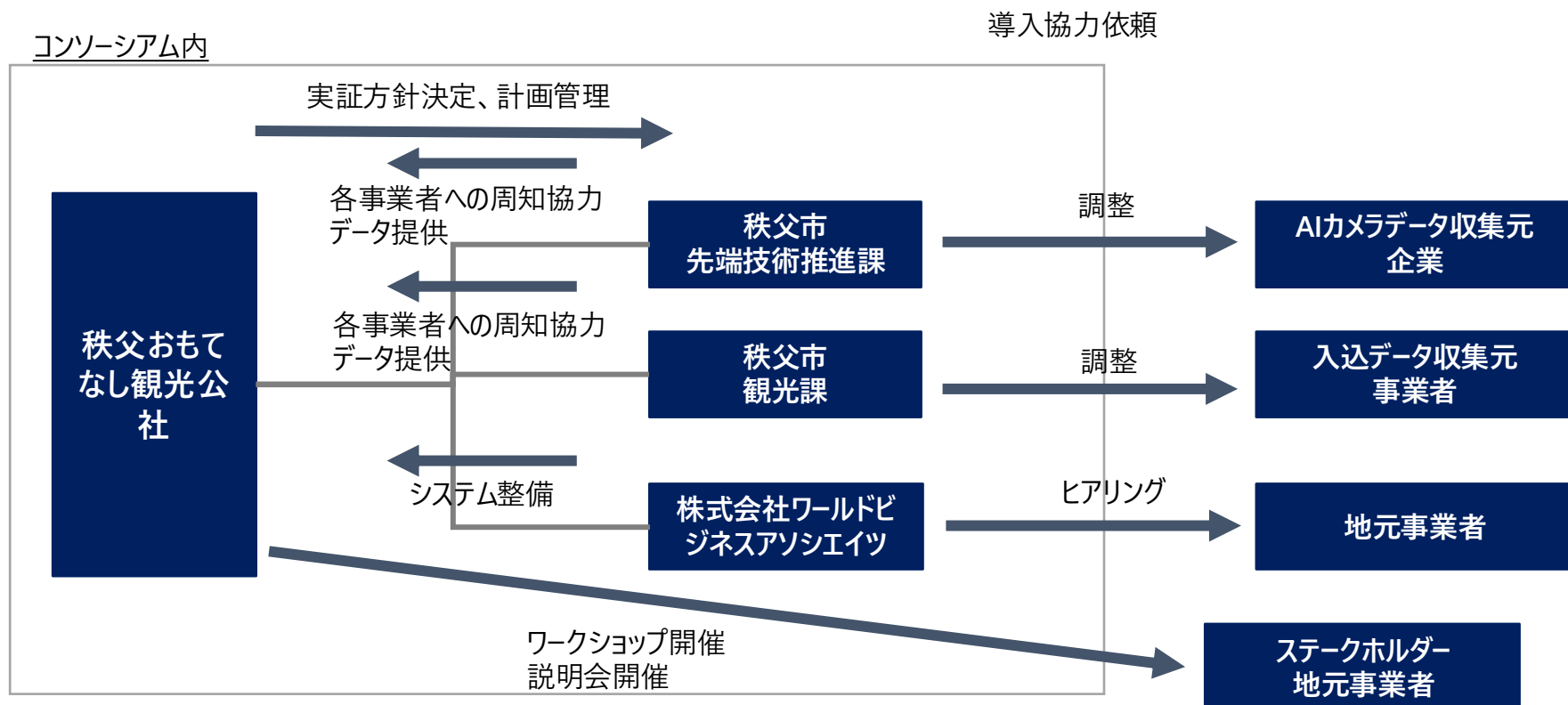
## (1) 体制図



## 5.実施体制

### (2) 各メンバーの役割

秩父地域おもてなし観光公社が代表となるコンソーシアムを組成し、地域ステークホルダーを対象としたワークショップによる意見の吸い上げを行う等活用しやすいシステムを目指しました。株式会社ワールドビジネスアソシエイツは、アジャイル形式でのシステム整備を行いました。また必要に応じて地元事業者を呼んで使用感を確認しながらシステムに反映させる等地域に寄り添った整備を行いました。秩父市先端技術推進課・観光課はオープンデータ化に向け、データ収集先との調整を行いました。システム完成後は関連事業者へシステムのPRを行いました。



## 6. 今後の展望

### 取組の展開・拡大方針

- 入込数のオープンデータは、今回秩父市のみを対象としたが、このノウハウを基に、マネジメントエリアの他の4町(横瀬町・長瀬町・皆野町・小鹿野町)にも展開します。
- データの活用について、可視化ツール以外に、DMPデータをAIで分析して将来予測ができるようにします。

### システム等の運用体制

- サーバ(AWS)の再起動等の基礎的な保守、Looker Studioの軽微な改修は秩父地域おもてなし観光公社が対応できるように体制を整備しました。
- システム監視などは、外注して実施する予定です。

### 取組継続のための財源確保方針

- 運用に係る費用は、サーバレンタル費用、API連携費用、保守監視等の費用です。これらは自社財源で確保できる見込みです。

### データ収集・分析・活用体制

- 商工会議所の会員等、地域の他団体とも連携してデータの活用を働きかけます。
- ステークホルダー説明会では、可視化ツールの提供だけでなく、分析した情報を提供して欲しいとの要望がありました。これらについて対応を検討します。

## 7.おわりに

本実証事業により、秩父地域オープンデータサイトCIRCUITが完成し、ビックデータの収集・分析が可能となりました。今後の運用については、既存のデータを確実に更新していくとともに、今回秩父市だけであった入込観光客数を地域全体でオープンデータ化できるよう働きかけていきます。一方事業者へ向けては定期的に説明会を開催する等、本サイトの認知度を上昇させ、関連事業者の活用を促進していきます。

オープンデータシステムの実装については、データをシステムに反映させるためのデータフォーマットの統一やデータ提供元との調整・合意に時間を要しました。またシステム整備については、当初アジャイル方式にて進めていましたが、事業者がデータ活用に慣れていない事を失念し、原案設定ができず進捗に遅れが生じました。事業途中から既存の成功例を用いたワークショップ等により最終的には使いやすいシステムができたと考えています。

利用説明会については当初の想定より多くの方にご参加いただき、データに関する興味関心自体は想定以上にある事が確認できました。

本実証事業をスタートとして最終的には事業者がデータ分析による根拠を持ったマーケティングを実行し、旅行者満足度と観光事業者の生産性の向上につながる事を目指し今後も運用を行っていきます。

