



観光DX推進による地域活性化モデル実証事業 オープンデータ推進モデル

成果報告書

観光オープンデータ推進・市民向け観光波及効果の情報発信

廿日市市観光DX推進コンソーシアム



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.

各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

取組2.

住民向け観光波及効果の理解促進

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

世界遺産の厳島神社を中心に、海、山、歴史、文化を一度に体験できる点が魅力です。四季の景観と伝統行事が豊富で、広島市からのアクセスも良好です。

特徴

- ・広島市中心部からのアクセスが良好で、瀬戸内海の沿岸部と山間部を併せ持つ立地です。
- ・宮島を核に、歴史、文化、自然、体験アクティビティ等多様な観光資源が集積しています。
- ・中でも宮島旅行者数は年々増加し、2025年は過去最多の497万人に達し、国内外の旅行者が増加しています。

取組エリア

広島県廿日市市



1.はじめに

(2) コンソーシアム

コンソーシアム名

廿日市市観光DX推進コンソーシアム

実施主体

■ 代表団体／企業

地域創生Coデザイン研究所

■ 活動地域

広島県 廿日市市

■ 活動概要・経歴

2021年7月1日に親会社であるNTT西日本の地域活性化のノウハウを集約した新会社として設立。地域課題解決コンサルティング、自治体等への政策策定支援、地域データを活用したデジタルデータビジネスを行っています。

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

- ・廿日市市は宮島を中心に多様な観光資源が集積しており、国内外から多くの旅行者が訪れる一方で、旅行者の多くが日帰りであることから、宿泊率と消費額が伸びにくい状況が続いています。
- ・観光による地域経済への寄与が十分に発揮されておらず、ピーク時には混雑による生活環境への影響も顕在化しています。
- ・これらの課題に対応するため、観光関連データの収集、可視化、オープンデータ化を進め、事業者の意思決定を支援するとともに、施策の効果的な実施を伴走する取組が求められています。
- ・また、市民に対して観光の波及効果をわかりやすく発信し、観光振興への理解と協力体制を高めることで、地域全体の活性化につなげることを目指しています。

2.地域が目指す姿・事業概要

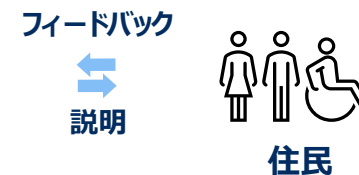
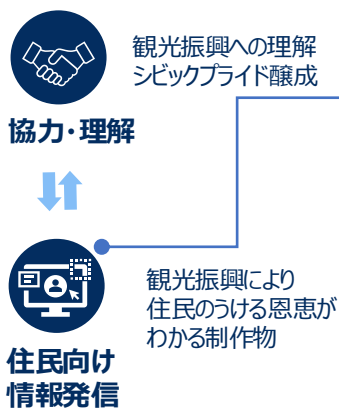
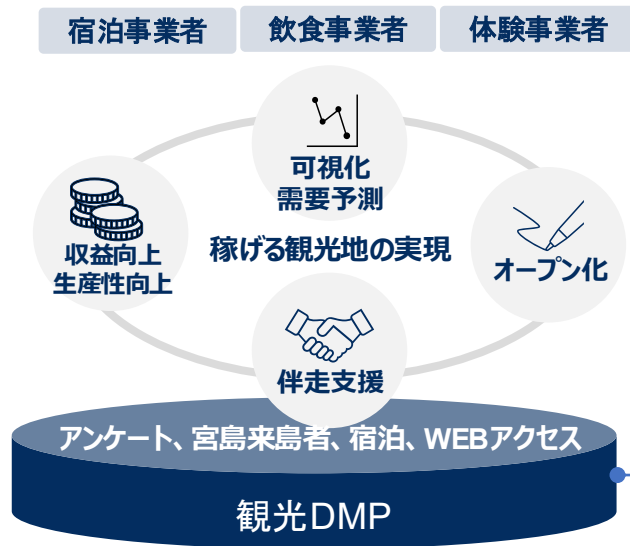
事業概要

廿日市市では、宿泊率の低さや消費額の伸び悩みといった課題に対応するため、観光関連データの収集、可視化、オープンデータ化を推進し、事業者の収益向上と市民の理解促進を図る取組を行いました。QRアンケート、宿泊データ、宮島来島者データ、ウェブサイトアクセスデータ等を活用したダッシュボードを整備し、事業者にはデータを活用した伴走支援を行い、施策の実行と効果検証を支援しました。また、観光振興の波及効果を市民にわかりやすく伝える制作物をつくり、発信し、地域全体で観光を支える体制づくりも行いました。

実証内容

1. 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援
2. 住民向け観光波及効果の理解促進

3.実証事業 (1) 全体像



3.実証事業

(2) 目標・取組内容

目標

Goal：観光事業者の稼ぐ力を高め、地域経済を拡大

KGI：事業者の利益増加（売上増＋コスト削減の合算）＋9,000,000円

KPI：伴走支援における施策実施件数4件

取組	取組概要	頁
<p>取組①</p> <p>各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援</p>	<p>既存の観光DMPにアンケートデータを追加で取得、格納し、従来から蓄積しているデータとあわせてオープンデータ化し、事業者に伴走しながらデータ活用による収益向上施策を実施しました。</p>	<p>P.14</p>
<p>取組②</p> <p>住民向け観光波及効果の理解促進</p>	<p>観光振興の波及効果を、廿日市市の住民がひと目で理解できるかたちに整理し、情報発信することで、「観光は地域にプラスである」という共通認識を醸成し、観光施策の理解促進に活用できるツールを製作しました。</p>	<p>P.20</p>

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

取組概要：既存の観光DMPにアンケートデータを追加で取得、格納し、従来から蓄積しているデータとあわせてオープンデータ化し、事業者に伴走しながらデータ活用による収益向上施策を実施しました。

取組の詳細

【概要】

既存DMPにQRアンケートで収集した来島者の属性、行動、消費、満足度データを追加し、宿泊データ、宮島来島者データ、ウェブサイトアクセスデータと組み合わせて、業務で活用できるダッシュボードを整備しました。整備したダッシュボードはTableau Publicで公開し、オープンデータとして公開しました。オープンデータと事業者向けのデータ活用伴走支援を組み合わせ、「データ分析、施策実施、収益向上、生産性向上」のサイクルを整備し、優良事例の創出に取り組みました。

【内容】

① 観光データ収集

QRアンケートを用いて旅行者の属性、行動、消費、満足度データを収集しました。

② 可視化、需要予測

事業者が活用できるデータとして、来島者需要予測を可視化します。需要の傾向や伸びしろを確認できるデータセットを選定し、視認性の高いダッシュボードとして提供しました。

③ オープンデータ公開

Tableau Publicにダッシュボードを公開し、公式LINEで配信し、忙しい事業者にも届く仕組みを検討しました。

④ 事業者伴走支援、活用促進

データの読み解き、課題仮説の整理、施策設計、効果検証までの一連の流れを伴走支援し、実行サイクルを回すことで、収益向上と生産性向上の事例創出に取り組みました。

【ターゲット】

廿日市市内の観光事業者（宿泊、飲食、土産物等）

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

① 観光データ収集

従来の事業者ヒアリングを通じて、全国・県単位のマクロ統計ではなく、廿日市市を訪れる旅行者の属性、目的、満足度、消費行動といったマイクロデータが、施策検討に不可欠であることが明らかになりました。ただ、従来マイクロデータは十分に取得できておらず、事業者が商品改善や施策検討を行う際に、共通して活用できる実態データが不足している状況でした

そこで、新たにQRコードを活用したアンケート調査を実施し、通年・リアルタイムでデータを取得する仕組みを整備しました。従来の対面型アンケートでは把握が難しかった、イベント実施時と平常時における旅行者傾向の違い等も今後は比較・分析できるようになり、施策の検討や効果検証に活用可能なデータを整備できました。

アンケート項目としてはNPS※1 満足度や消費額に加え、宿泊目的や宿泊予約のタイミング等、宿泊体験に基づく実践的なデータについても収集し、回答数としては616件収集しました。

※1 NPS (ネット・プロモーター・スコア) は、対象となる取組やサービスを他者に勧めたいかを0～10点で尋ね、その回答分布から算出する指標

[参考：アンケート項目] https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bs8nVUJGEjp2DG81u41DZZdIDSM-oQ4ymxpFE_O39V8/edit?usp=sharing

※一部抜粋

旅行計画 ● 今回の宿泊旅行の目的を教えてください。

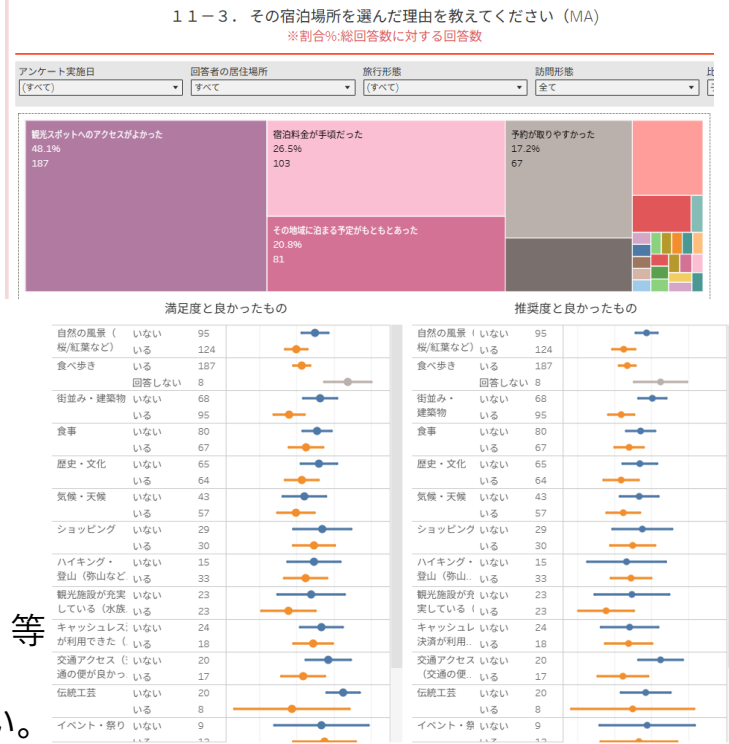
【行動型】

- 宿を楽しむ、温泉や露天風呂に入る
- 地元のおいしいものを食べる
- 地元ならではの歴史や文化にふれる
- 自然の風景にふれる（桜や紅葉等）

【テーマ型】

- 地域の人と交流し、生活文化を体験する
- 移住先や拠点居住先を視察する
- サステナブルなこと、レスポンスブルリズムをする 等

- 宿泊施設を予約したタイミングについて教えてください。
- 今回宿泊された施設について、選んだ理由を教えてください。



3. 実証事業

(3) 各取組の詳細

② 可視化、需要予測

廿日市市全体を対象として観光関連データの収集・可視化・オープンデータ化を進めました。その中で需要予測については、廿日市市の観光需要構造を踏まえ、市全体の需要変動を把握するための代表的な先行指標として「宮島来島者数」に着目しました。廿日市市においては、旅行者の多くが宮島を訪れており、来島者数の増減が、市全体の宿泊需要や消費動向、混雑状況に大きな影響を与えています。このため、本実証では、市全体の需要変動を捉える指標として宮島来島者数を用い、旅行者動向の予測モデルを整備しました。

● 予測精度（誤差率）について

- 対象：「宮島来島者数」を用いた旅行者動向（来島者数）予測
- 誤差率定義： $(\text{Prophetモデル※1で作成した予測値} - \text{実績値}) \div \text{実績値} \times 100\%$
※1 Prophetモデルは、過去の時系列データからトレンドや季節性を捉えて将来を予測する時系列予測モデルです。外れ値の影響を受けにくく中長期の傾向把握に適しています。
- 集計単位：週（来月の来島者数を週次で予測）
- 検証方法：モデル作成に使用した期間とは別の過去期間（検証期間）に対し、週次の予測値と実績値を照合して誤差率を算出し、検証期間全体の平均値（および最大値）として精度を評価しました。
 - 誤差率：最大±20%以内、平均で約10%程度

● 予測精度向上の取組

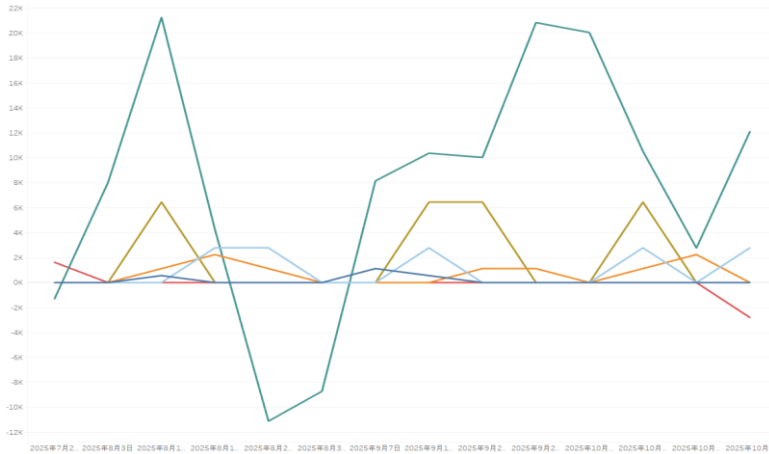
- 説明変数の見直し：市全体の需要変動を捉える先行指標として「宮島来島者数」を用い、説明変数としてイベント情報、カレンダー要因（曜日・祝日等）、宿泊予約状況等の先行指標を採用しました。
- 将来値の安定取得可否による取捨選択：天候データ（最低/最高気温・降水量）、円安の影響、全国イベントデータは将来値を安定的に取得できないため、説明変数から除外しました。
- 手法の比較検証：複数手法を比較検証し、精度および安定性の観点からProphetモデルが最も優れていたため、本実証ではProphetを採用しました。

[詳細は次ページ](#)

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

②可視化、需要予測

●過去の来島者数を、影響のありそうな指標で分解



●来月の来島者数をモデルからアウトプット



予測に使用しているデータ（2024年以降）

- 来島者数実績（過去の値のみ）
 - 全体の傾向、季節性（週次・年次）
- 宮島宿泊者数
- 宮島イベントデータ
- カレンダーデータ

出力データ

- アウトプット：来月の来島者数週次予測
- 更新頻度：月次
- 精度：誤差率平均約10%、最大約20%

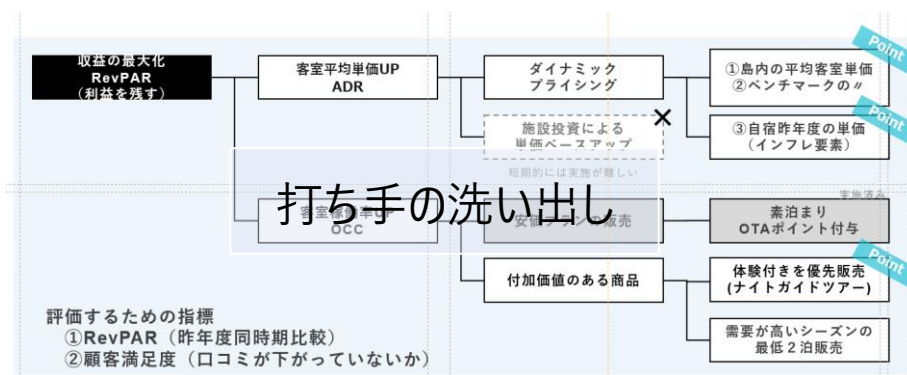
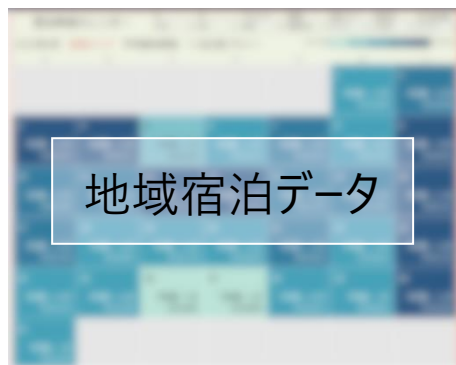
3.実証事業

(3) 各取組の詳細

④ 事業者伴走支援、活用促進

伴走支援は、事業者との業務課題を洗い出すワークショップから開始しました。ワークショップでは、各事業者の業務をフローごとに整理し、課題を洗い出しました。例えば宿泊事業者では、予約・販売、チェックイン～チェックアウトに至る一連の業務を確認し、それぞれの場面でどのような課題があるかを洗い出しました。その後、洗い出した課題の中から、データ活用等により改善効果が見込めるテーマを絞り込み、個別ヒアリングを通じて各事業者の具体的な業務内容や運用方法を確認しました。

- 宿泊事業者では、繁忙期と閑散期の差が大きく、価格設定が経験に依存していることが課題でした。地域の宿泊予約情報を用いて予約リードタイムと周辺価格帯を確認し、宿泊日の約2か月前を目安に価格を見直す運用を実施しました。その結果、需要に応じた価格調整が可能となり、前年同月比で186万円の売上増加が確認されました。



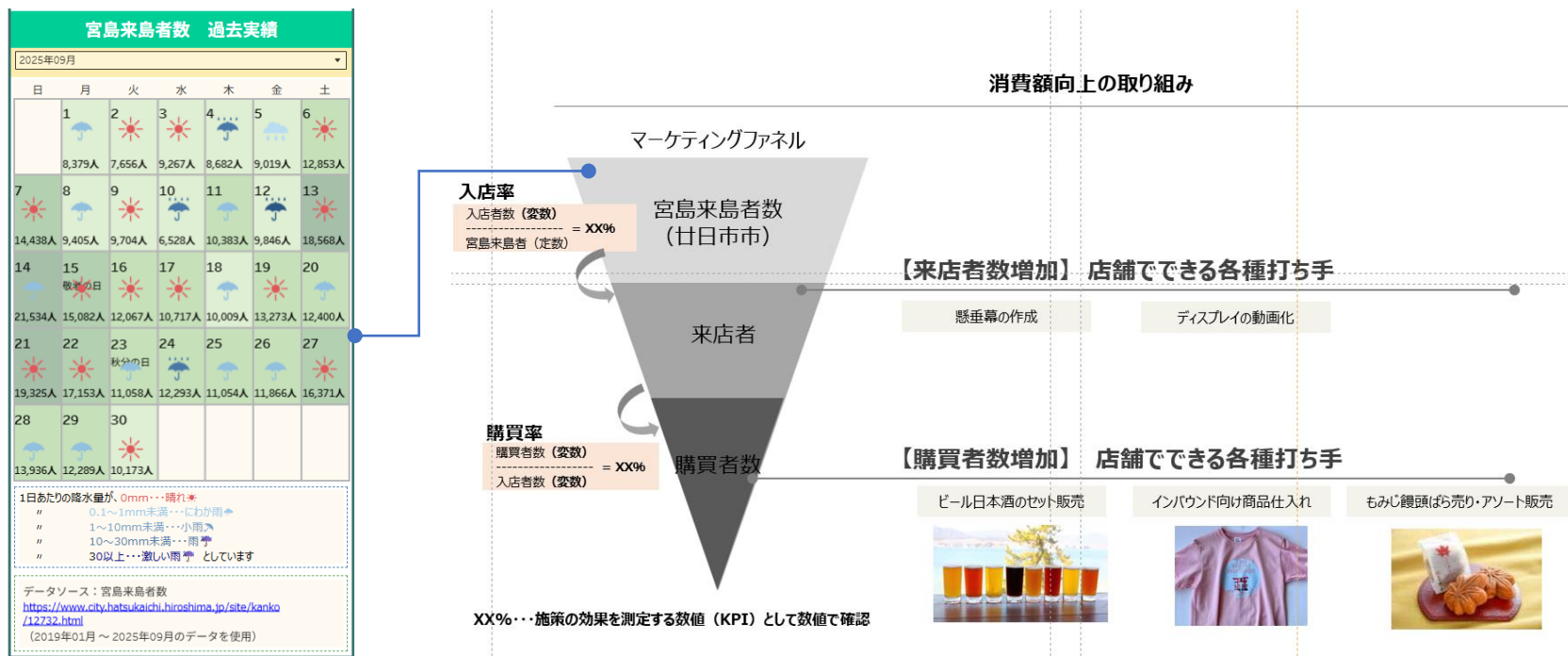
- 宿泊事業者では、宿泊者数を増加させるために夜間の滞在時間を延ばす取組が課題となっていました。訪問者、特にインバウンド旅行者が何に関心を持つのか統計データおよびアンケートデータを用いて興味関心を分析しました。その結果、伝統文化を体験として提供することに一定の関心が見込めると判断し、夜間の体験型プログラムを設計・実施しました。これにより、夜間滞在の選択肢が増え、宿泊者の満足向上につながりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

④ 事業者伴走支援、活用促進

- 土産物店では、実施した施策の効果を売上のみで判断しており、施策の効果や改善点が見えにくい状況でした。来島者数、入店者数、購入者数データを用いて、マーケティングファネルの視点で分析を行い、通行量に対して入店率が低いという課題を特定しました。店頭表示の看板やメニュー訴求を改善した結果、入店率・購買率の向上が確認され、施策ごとの効果を把握できるようになり、前年同月比で10パーセント売上増加が確認されました。



- 宮島では夜間に飲食店が早く閉店してしまい夕食難民が生じるという旅行者側の課題と、ホテル側でも素泊まり客に案内できる飲食店情報が少ないという課題がありました。そこで宿泊データから素泊まり客を確認し、一定の夜間需要があることを把握したうえで夜間営業を開始し、ホテルと連携してチェックイン時に飲食店情報を案内しました。その結果、限定的ながらも域内での消費額増加につながりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

■ システム

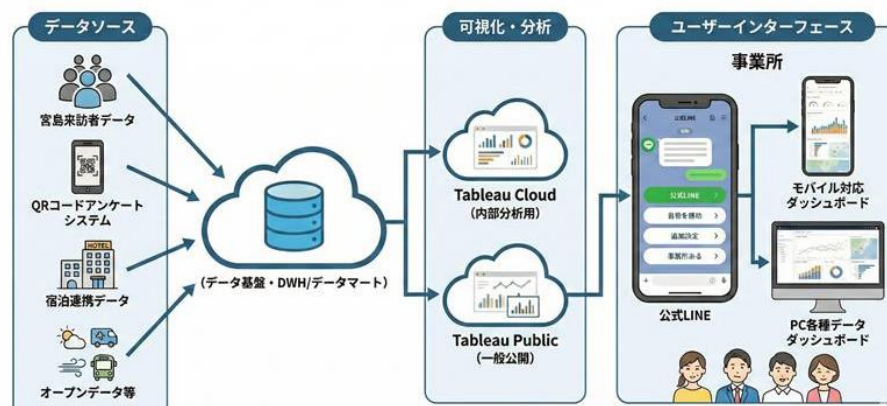
● コンセプト・機能概要

観光関連データを集約し、ダッシュボードとして可視化し、Tableau Publicでオープンデータ化して公開しました。

アンケートデータはQRコードで読み取り回答することでデータがリアルタイムで蓄積される仕組みを整備しました。

ダッシュボードは、事業者が日常業務で閲覧しやすい導線として、公式LINEでの閲覧導線を用意し、またモバイル向けのダッシュボード、PC向けの詳細ダッシュボードを用意し、利用シーンに応じて使い分けられる形で整備しました。

● システム構成



※URL：
モバイル用

https://public.tableau.com/views/_17630094187670/HatsukaichiCitySummaryData?:language=ja-JP&:sid=&:redirect=auth&:display_count=n&:origin=viz_share_link

PC用

<https://sites.google.com/view/hatsukaichi-tourismdata-view/home>

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

- システム
- UI/UX



来訪者数と
天候から見る
「人出の傾向」

過去の宮島来訪者数と気象データを組み合わせ、季節や週末・イベントごとの人出傾向を確認できます。



解説

事業者が日常業務で閲覧しやすい導線として、公式LINEでの閲覧導線を用意し、またモバイル向けのダッシュボードにて整備しました。

解説

PC向けの詳細ダッシュボードを用意し、利用シーンに応じて使い分けられる形で整備しました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

■ データ活用

1.データの収集

- ホテル20施設にQRアンケートを設置し、旅行者の属性、行動、消費、満足度データを収集しました。
- 廿日市市にて保有する宮島旅行者データを元に将来需要予測モデルを整備しました。

2.データの蓄積

- 自治体が運用するDMPにデータを蓄積し、データ連携と可視化を実施しました。

3.データの活用

● 来島者数予測データの整備とオープンデータ化

来島者数を事業者の意思決定に先立って活用できる将来指標としての予測データを整備することを目的に、来島者予測モデルの整備を行いました。説明変数としては、イベント情報、カレンダー要因（曜日・祝日等）、宿泊予約状況等、先行指標を採用しました。天候データ（最低気温・最高気温・降水量）や円安の影響や全国イベントデータについては、将来値を安定的に取得できないため、説明変数からは除外しています。モデル整備にあたっては複数の手法を比較検証し、精度および安定性の面でProphetモデルが最も優れていたことから、本実証ではProphetを採用しました。誤差率は概ね±20%以内、平均で約10%程度で、仕入等の参考情報としてオープンデータ化しました。

● 宿泊データを用いたダイナミックプライシングの実践

地域全体の予約リードタイムを分析し、価格見直しの適切なタイミングを「宿泊日の約2か月前」と設定しました。その時点での自施設価格と周辺地域の販売価格を比較し、データを根拠とした価格調整を行いました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

■ データ活用

3.データの活用

● 来島者数を活用した施策効果の検証

マーケティングファネルの考え方をを用い、来島者数・入店者数・購入者数の比率を指標として、各種施策の効果検証を実施しました。取り組んだ施策の効果を売上額のみで判断すると、外部環境の変化によって評価が難しいという従来の課題を、来島者数を母数とした販売"割合"等の「比率」を用いた評価を行うことで、施策の効果検証が可能となりました。また効果の出た店頭ディスプレイ等の施策は自然と周辺地域の店舗にも同様の取組が広がりました。

● アンケート・統計データを用いたナイトアクティビティ造成

アンケートデータや統計データを基に、「誰が夜の体験に関心を持つのか」という視点から施策設計を行い、夜間の体験コンテンツを造成し、宿泊者の増加につながりました。

● 夜間飲食情報の可視化による消費誘導

夜間に営業する飲食店が少ないという課題に対し、素泊まり宿泊者のデータを元に、飲食店とホテルのフロントが連携し、夜間営業中の飲食店情報を提供することで夜間消費拡大を図りました。

4.活用による効果

- 施策の効果検証による、効果のある施策を絞り込み土産物店の売り上げ前年比10%UP。
- 宿泊データを用いた、ホテルでのダイナミックプライシングによる売り上げ増加。
- ナイトアクティビティ実施によるホテルの宿泊者増加。
- 夜の飲食店での販売消費額向上（※外的要因による店舗のオープン遅延により、実証期間中の成果は限定的）

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

■ まとめ

取組前（before）

- ①各種データは可視化されていたもののそれらのデータをどのように解釈し、経営改善や具体の施策に結び付ければよいか不明瞭。
- ②需要変動をとらえる先行指標データが不足しており、事業者が具体的なアクションを取ることが困難な状況。

取組結果（after）

- ①事業者向けにデータ活用ワークショップおよび個別ヒアリングを実施し、事業者の課題整理から施策立案、実施までを段階的に支援しました。その過程において、データをもとに仮説を立て、施策を実施し、結果を確認するという流れを整備し、仮説検証を繰り返しながら取組を進めました。これにより、データ活用プロセスを明確化しました。
- ②宮島来島者の需要予測モデルを整備し、オープンデータ化しました。事業者が需要予測を活用し、実際の行動変容につなげられるよう、データの閲覧・活用環境を整備しました。このアプローチは、他地域においても、旅行実績データと地域固有のイベント・予約情報を組み合わせることで再現可能であり、観光データ活用の初期段階における実証モデルとして有効であると考えられます。

取組結果の分析

本取組では、データを蓄積すること自体を目的とせず、データ活用施策の検討から効果検証までを一連の流れとして実施できたことが、成果につながった主な要因です。特に、事業者ワークショップを通じて現場の課題を把握し、データ活用の対象を絞り込んだことで、実行可能性の高い取組を進めることができました。一方で、継続的な運用や事業者による自走に向けては、人手不足やデータ活用スキルといった課題が明らかになりました。また、旅行者予測の属性データについては現時点で十分に取得できておらず、今後はデータの精度向上や高度化が課題です。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

■ 工夫した点・注力した点

1. 事業者向けワークショップを実施し、事業における課題の洗い出しを行いました。その結果、現場の課題は多岐にわたる一方で、オープンデータ化やデータ活用のみで解決できる課題は限定的であることが明らかになりました。
この点を踏まえ、すべての課題解決を一度に目指すのではなく、データ活用によって効果検証が可能な領域に絞り、小さく始められる施策を検討・選定しました。具体的には、課題の性質と活用可能なデータを整理し、優先度の高いテーマから順に検証を進める方針としました。
施策実施後は、結果を確認し、改善点を整理したうえで次の対応を検討する等、スモールにPDCAサイクルを回しながら仮説検証を行いました。
2. 実証を進める中で、事業者ごとにデータ活用に関する前提知識や実践経験にばらつきがあることが明らかになりました。そのため、「この方法を導入すればよい」といった一律の進め方は難しく、まずは個別にできる範囲から試行するアプローチを取りました。一方で、個別最適にとどまらず、同程度の状況にある他の事業者にも展開可能な取組とすることを意識し、取組内容や支援方法の整理を行いながら検証を進めました。
また、観光地の繁忙期にあたる10-11月は事業者側の人手不足により、取組意欲はあるものの実行に至ることができないケースも多々あり、これに対しては必要に応じた伴走支援を行い、実施までを支援することで施策実施につなげました。一方で、人的支援に依存した取組であることから、今後は支援のあり方や運用体制の工夫を含め、持続可能な仕組みづくりが課題として残りました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組②

住民向け観光波及効果の理解促進

取組概要：観光が地域経済を支える重要な産業である一方で、混雑や生活環境への影響といった側面が受け止められ、観光の経済効果や地域への波及効果が住民に十分伝わっていないことを課題とし、住民目線で理解できる情報発信ツールを制作し、「観光は地域にプラスである」という共通認識を醸成することをめざしました。本事業で収集、整備した訪問者アンケートデータ、宮島来島動向などのデータから、地域経済への波及を消費額や雇用など住民が理解できる形で構造化しました。観光の恩恵が交通や景観、地域サービス等日常生活とどう結びつくかを可視化する構成とし、完成したツールは大学の授業で提示し、アンケートや対話を通じて理解度や受け止め方を確認しました。あわせて、廿日市市民に対しても提示し、閲覧後アンケートを実施しました。冊子閲覧により生じる住民の認識、理解、受容、協力姿勢の変化を把握し、今後の情報発信の改善に活用しました。

【内容】

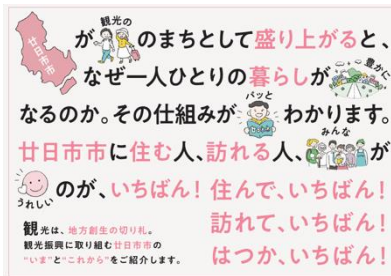
① 観光振興の波及効果の整理

観光による経済効果や地域内への還元については、観光の波及効果を主観的な説明ではなくデータに基づく説明として提示できるよう、本事業で収集、整備したデータを中心に整理しました。旅行者数、消費額、宮島来島者動向、ウェブサイトアクセス動向のデータを元に、地域経済への波及を住民が理解できる形で構造化しました。あわせて、外貨獲得という観点や、雇用・地域サービス・景観維持等数値だけでは表れにくい観光の恩恵についても整理を行いました。

② 住民向け情報発信素材の作成

当初は海外のアドボカシー事例を参考にインフォグラフィックを用いた視覚的な整理を検討していました。しかし専門家から日本とアドボカシーの成り立ちが異なる欧米では前提が異なり、そのままの手法は機能しにくいという指摘を受けました。そこで、「観光の恩恵が住民一人ひとりの生活にどうつながっているのか」をイラストで分かりやすく伝える方向へと方針を転換しました。交通、景観、地域サービス等生活者の目線でメリットが理解できる説明ツールを制作しました。

制作したツール



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 住民向け観光波及効果の理解促進

③大学の授業を通じた情報提示と反応把握

若年層を対象として、大学の授業の中で作成したツールを用いた説明を行い、観光振興に対する受け止めや意見を把握しました。授業内での質疑や対話を通じて、住民目線での理解度や関心の持ち方を確認しました。

今後社会に出ていく若い世代の反応を把握することで、より率直で先入観の少ない意見が得られると考え、大学に着目しました。また、若い世代に観光への理解を深めてもらうこと自体が、将来の観光産業の担い手や受け手を育てることにつながると判断し、2026年1月に大学の講義を2回実施し、計128名に対して本ツールを用いた説明を行いました。講義後にはアンケートを実施し、128件の回答を回収しました。

▼大学での講義の様子



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 住民向け観光波及効果の理解促進

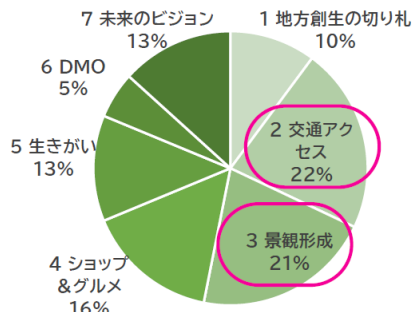
④ 効果測定とインサイトの整理

大学講義後に実施したアンケート結果を基に、観光施策に対する理解度や関心度の傾向を把握しました。具体的には、イラストを一目見ただけで「交通アクセスが整備される」や「町の景観がよくなること」が伝わる内容については、観光のメリットとして理解されやすいことが確認できました。一方で、「DMO」や「マネジメント」といった専門用語が多いページについては理解しにくいという意見や、「旅行者向けの店が増えることが、住民にとって本当に利便性向上と言えるのか」といった疑問も寄せられました。また、自由記述では「観光が地域の暮らしに還元される仕組みが理解できた」「持続可能な観光に関心を持った」といった声がある一方で、「専門用語が多く難しい」との意見も見られました。これらの結果から、表現方法や言葉選びが理解度に大きく影響すること、および観光を自分事として捉えられる生活者視点の説明が有効であることが示唆されました。

【内容への意見】

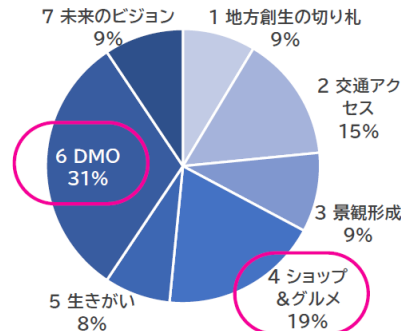
■ 最も理解できる内容・ページ

- ② 日常生活と直結しており、具体的なイメージがしやすい
- ② 移動時間の短縮や利便性の向上といった成果が明確で、「何ができるようになるのか」が分かりやすく示されている
- ③ イラストを一目見ただけで、何を伝えたいのかが分かる
- ③ 街の景観は住民にとって住みやすさ・生活のしやすさにつながる



■ 最も理解できない、分かりにくい内容・ページ

- ⑥ 「一般社団法人」「マネジメント」「DMO」など専門用語が多い
- ⑥ DMOや他団体の具体的な役割・取組内容が分からない
- ④ 「欲しいものが揃うまち」とあるが、何ほどの程度だろうか
- ④ 観光客向けの店の増加、地域経済への効果を、それによって欲しいものが揃うまちといえるかどうか



【見直しの方向性】

- ✓ イラストでイメージ・概要をつかめるように
- ✓ 具体的な例示により、シンプルな説明で
- ✓ 専門的で難しい単語には注記を

▼自由記述

- ・観光客向けの情報発信だけでなく、住民向けにも観光の目的や効果を共有する場を設けること
- ・地元の人が誇りを持って関わられるような、地域参加型のイベントや体験型観光の充実
- ・ご飯を食べるならチェーン店ではなく地元の家族経営のお店を利用したり、お土産は駅などでまとめ買いなどせずに現地の老舗などで買う
- ・地域住民が観光に関われる場を増やすことが重要。地元の店を紹介する、イベントの手伝いをするなど、小さな参加でも観光の一部になれる仕組みをつくることで、観光が地域に根つきやすくなる

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 住民向け観光波及効果の理解促進

⑤住民向け冊子の提示と市民向けの詳細アンケートによる効果測定

作成したツールを住民に提示し閲覧後にアンケートを実施し、ツールの閲覧により生じる住民の認識、理解、受容、協力姿勢の醸成、変化を把握しました。対象は廿日市市民を中心とし、近隣の一般住民も対象としました。想定リーチは100名程度、アンケートは72件取得しました。

混雑などの懸念も含めて理解した上で、観光振興と観光客受入に対する受容、協力姿勢が醸成されるかを確認しました。効果測定は質問紙により実施し、「観光は住民にも関係する」という認識の形成、暮らしにとっての良い点と懸念点の理解、理解を踏まえた受入と協力姿勢の変化を評価軸としました。回答分布による定量評価と記載内容の定性評価を行いました。アンケート結果の分析は以下に記載します。

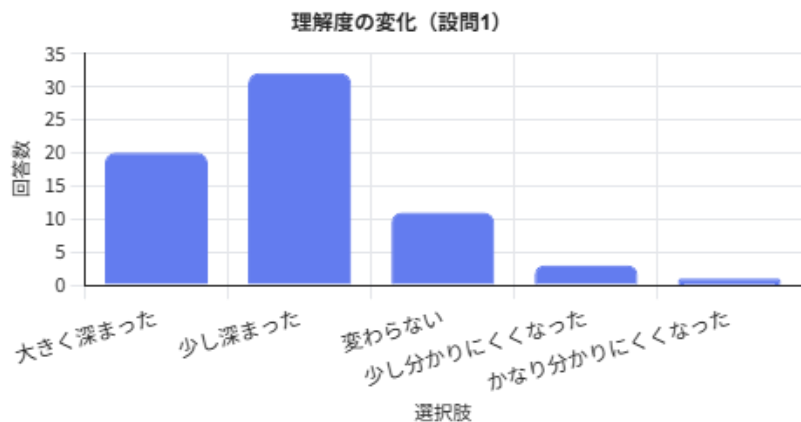
※母数廿日市市民11万人、回答サンプル72件

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② 住民向け観光波及効果の理解促進

⑤ 住民向け冊子の提示と市民向けの詳細アンケートによる効果測定

設問 この冊子を見る前と比べて、「観光振興（観光客の受入）が住民の暮らしにどう関係するか」の理解はどのように変化しましたか。

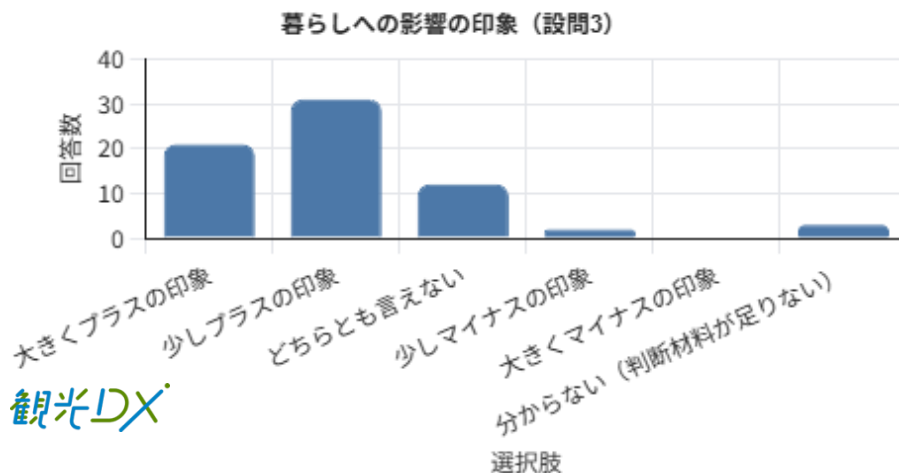


全体として「大きく深まった」「少し深まった」が多数を占め、理解促進という冊子の一次目的は概ね達成されていることがわかりました。

▼その理由についての自由記述

「観光が地域の活性化だけでなく、公共サービスの維持にも繋がっていると初めて理解した。」「住民の立場では、観光客が多く道路が渋滞すると、単純に迷惑だな、という気持ちになりがちだが、冊子をみて、観光客が増えることの影響範囲が広いことが理解できた。」などの住民の暮らしとの関係性に気づいたという変化や、ネガティブ一辺倒から、前向きに捉えるようになった変化が見られる記述がみられました。

設問 この冊子を読んで、観光振興が暮らしに与える影響について、あなたの印象に最も近いものを選んでください。



▼その理由についての自由記述

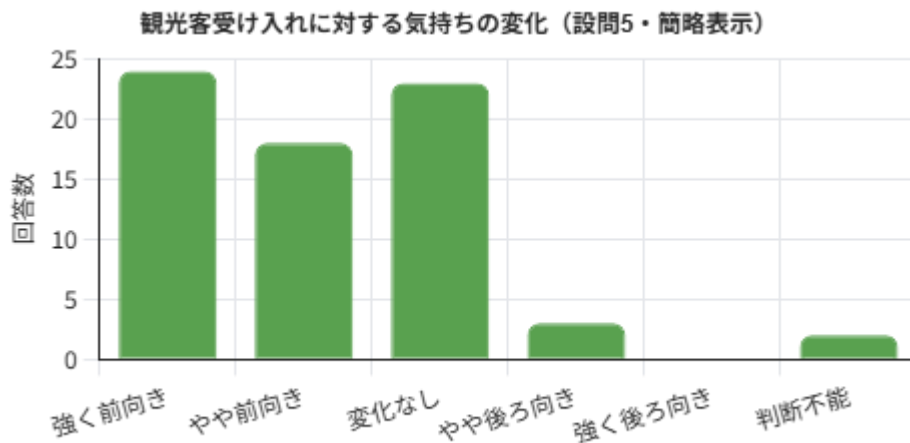
プラス評価は、「活性」「整備」「雇用」「税收」「住みやすさ」など、観光を暮らし全体へ波及することについての印象が多くありました。

一方、どちらとも言えないは、「数字や具体的効果が示されていない」というコメント、マイナス評価は、「恩恵は分かるが、ピーク時の交通渋滞がやはり気になる」「ここ数年の混雑体験が強く、冊子だけでは不安は払拭できない。」などの渋滞、混雑、交通、ゴミ、マナーといった生活への影響について記述がみられました。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② 住民向け観光波及効果の理解促進

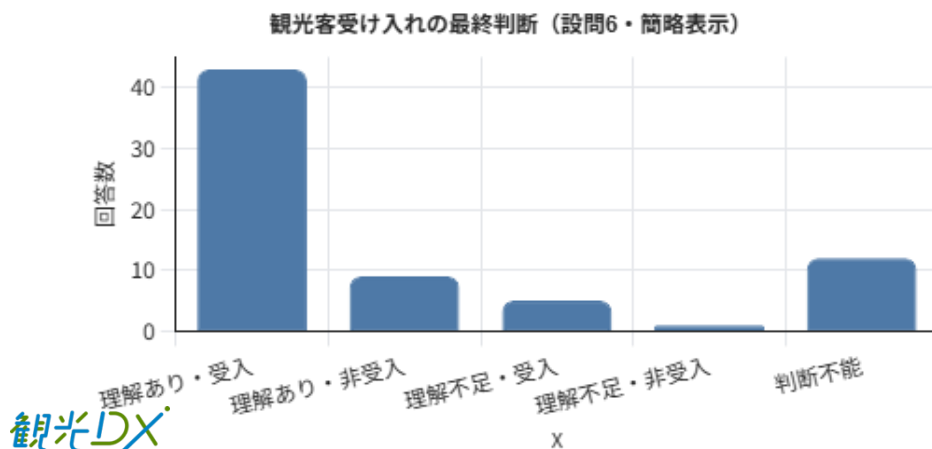
設問 この冊子を読む前と比べて、観光客を受け入れることに対するあなたの気持ちは、どのように変わりましたか。



冊子の閲覧により受け入れ意向が前向きに変化した層が多数派であることが確認できます。一方で「変わらない」も一定数存在しました。また、「やや受け入れにくい」も少数ですが存在し、自由記述には「住環境の静けさが最優先」「特にマナー、ごみ問題は地域住民にはデメリット」など混雑、交通、具体策不足といった懸念を保持した層である可能性があります。

情報提供だけでは気持ちの変化が起きにくく、制度や運用の対策の提示がない限り、この層についても一定数残るといことが分かりました。

設問 この冊子を読んだ上で、観光客の受け入れについて（デメリットも踏まえた上で）、最も近いものを1つ選んでください



結果として「デメリットを理解しているが、受け入れたい」が最も多い回答でしたが、自由記述には「収益と暮らしの質のバランスが取れば、持続可能だと感じた」「デメリットも対策次第で防げることが分かったため。」など、単純な受け入れを促進するのではなく、対策や改善の努力をした上で、メリットが多いと考え受け入れるという判断が多いことがわかりました。

※選択肢の詳細

デメリットも理解しているが、受け入れたい → 理解あり・受入
 デメリットを理解しているが、受け入れにくい → 理解あり・非受入
 デメリットを十分に理解していないが、受け入れたい → 理解不足・受入
 デメリットを十分に理解していないため、受け入れにくい → 理解不足・非受入
 分からない、判断できない → 判断不能

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

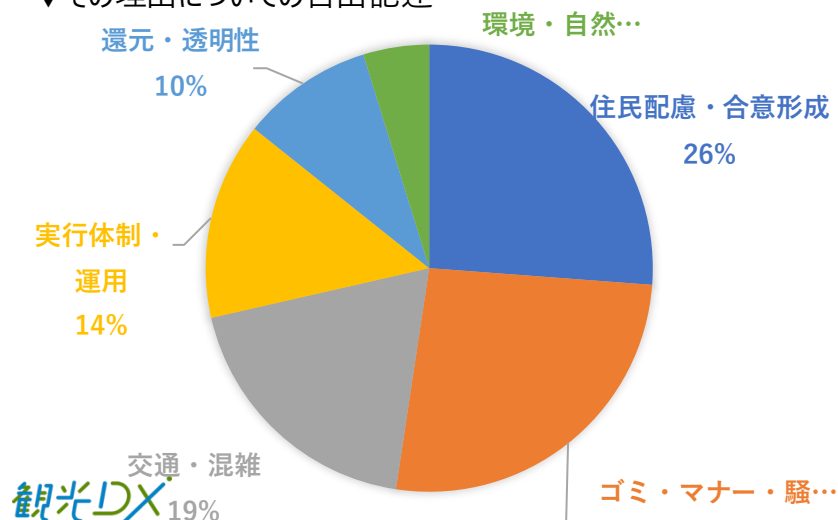
取組② 住民向け観光波及効果の理解促進

⑤ 市民向けの詳細アンケートの実施

設問 観光振興を受け入れる、または協力するために必要だと思う条件や、特に不安・疑問に感じた点があれば、具体的に教えてください。

運用設計に対する要望が目立ち、交通、混雑、ゴミ、マナー、周知、多言語案内、取り締まり、相談窓口といった語が頻出語として出やすく、住民が求めているのは具体的な対策や取り組み事例などの情報であることが読み取れました。「デメリットをきちんと把握するだけでなく、改善策の用意が条件」「ゴミ問題、公共交通機関が観光客が増えたとしても十分に確保されることは条件だと思う。」などの記述がみられました。

▼その理由についての自由記述



設問 この冊子を読んで、観光振興に対する考え方や見方が変わった点があれば教えてください。

▼その理由についての自由記述

冊子で「DMOがまちづくりや住民の住みやすさにも寄与」という視点を知れて良かった、という前向きな反応が見られました。また「ネガティブだったが、交通機関の充実など良いことも分かり少し前向きに」「人口減の中で地域を盛り上げるために必要」など、受け止めが改善した声があります。

一方で「渋滞緩和に向けた取り組みを優先して欲しい」「マナー問題はよく検討が必要」など、生活への懸念が以前として残っています。さらに「訪問客向けメッセージか受け入れ側向けかはっきりした方がいい」と、冊子の誰に何を伝えるかについての明確化を求める指摘もありました。

また、「以前は観光業の発展にのみ目を向けた自治体の働きがあったと感じていたが、居住者へのアプローチも含めて考えていることに好印象を持った」といった取り組み自体への印象についての回答がありました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 住民向け観光波及効果の理解促進

■ まとめ

取組前 (before)

- ①観光施策の意義や地域への波及効果を説明する際に用いる客観的なツールやデータが整理されておらず住民にとって自分ごととして理解しにくい状況でした。
- ②観光による経済効果や暮らしへの影響について、住民が日常生活と結び付けて理解できる情報提示が不足していました。

取組結果 (after)

- ①本事業で収集した旅行者アンケート、宿泊、宮島来島者などのデータを可視化したうえで、住民向けに冊子として作製しました。イラストや具体例を用いて観光振興の波及効果を住民が理解しやすい形で提示することで観光と生活との関係性を直感的に理解できる情報提供が可能となりました。
- ②大学の授業で提示しアンケートにより反応を把握しました。あわせて、廿日市市民を中心とした住民に冊子を提示し、閲覧後アンケートを実施して、観光振興認識、理解、受容、協力姿勢の変化を把握する効果測定を実施しました。

取組結果の分析

大学でのアンケートでは冊子は理解促進に寄与し、観光振興が暮らしにどう関係するかの理解が深まったという回答が多く見られました。一方で、専門用語が多い箇所は理解しにくいという示唆が得られ、生活実感に近い具体例と平易な表現が有効だと整理できました。あわせて、廿日市市民を中心とした住民向けへのアンケートでは、観光振興の受入意向が前向きに変化した層が確認できました。一方で観光振興における混雑、交通、ゴミ、マナーのような日常生活に対する不安が残りやすく、情報提供だけでなく運用や具体的な対策を提示する必要性も確認できました。本実証で得られた知見を踏まえ、制作した情報発信素材は内容を一部調整したうえで、2026年3月を目途に廿日市市民向け全体向けに公表する予定です。今後は、住民理解の促進を通じて、観光と暮らしが両立する地域づくりにつなげていくことを目指します²⁷。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 住民向け観光波及効果の理解促進

■ 工夫した点・注力した点

1. 本取組では、観光振興の波及効果を「正しく伝えること」そのものよりも、「住民にとって自分事として理解されること」を重視し、表現方法の検討と修正に重点を置いて進めました。
当初は、海外におけるアドボカシーの考え方を参考に、インフォグラフィックを中心としたデータ可視化により、観光の価値を視覚的に伝える手法を想定していました。しかし、専門家へのヒアリングや調査を進める中で、見た目としては分かりやすく、完成度の高いインフォグラフィックであっても、住民にとっては必ずしも理解される表現にならないという課題が明らかになりました。特に、日本とアドボカシーの概念が発展してきた海外（主にアメリカ）では、社会的背景やDMOの置かれている前提条件が異なり、そのまま手法を適用することには限界があると判断しました。そこで日常生活や暮らしとの関係性が直感的に伝わる表現へと方針を転換し、イラストや具体例を用いた構成にツールを修正しました。
2. 大学の授業を活用した説明・アンケートを通じて、どの表現が理解されどの点分かりにくいかなを確認しながら内容を見直す等の改善を行いました。結果として、専門性の高い用語や制度説明は補足や注記を前提とし、まずは生活実感に近いテーマから関心を喚起する構成が有効であるという知見を得ることができました。当初想定していた手法に固執せず、住民の受け止め方を踏まえて柔軟に方針を修正したことが、理解促進につながった重要なポイントであると考えています。
3. 冊子提示後に小規模な住民アンケートを実施し、理解の変化を効果測定しました。具体的には、「この冊子を見る前と比べて、『観光振興（観光客の受入）が住民の暮らしにどう関係するか』の理解はどのように変化しましたか。」のように、閲覧前後の変化を問う設問を設定し、認識、理解、受容、協力姿勢の変化を把握しました。

4.総括

(1) 実証事業の結果

KGI・KPIの進捗結果

KGI：事業者の利益増加（売上増＋コスト削減の合算）最終値 907万円

KPI：データ活用伴走支援による事業者施策実施 最終値 4件実施

		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	最終値
KGI	実績値	-	-	267万円	453万円	610万円	907万円	907万円	907万円
	目標値	0	0	150万円	180万円	210万円	600万円	900万円	-
	進捗率(%)	0%	0%	178%	252%	290%	151%	101%	101%
KPI	実績値	-	-	1件	2件	3件	3件	4件	4件
	目標値	0件	0件	0件	2件	3件	3件	4件	-
	進捗率(%)	0%	0%	0%	100%	100%	100%	100%	4件

KGI・KPIの進捗結果の分析

〈内部・外部要因〉

- 本実証では事業者とともに課題整理から施策立案、実施、効果確認までを行うプロセスを重視しました。その結果取組に参加した事業者においてはデータを活用した施策につながりKPIを達成しました。
- 一方で、事業者を取り巻く人材確保や日常業務の負荷といった環境要因により、データ活用に必要な時間を確保できない事業者も見られました。また新規の取組も多く、売上向上等の目に見える成果につながらない施策もありました。これにより、計画段階で想定していた想定と実際の進行に差が生じ、KGIの進捗に影響を与えましたが、最終的にはKGIも達成しました。

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)

データはあるが活用が進んでいない

- 宿泊率や消費額が低いという課題に対し、各種データは可視化されていたものの、事業者がその意味を理解し、集客や消費拡大に向けた具体的な施策に結び付けることができていませんでした。

観光に対する住民理解

- オーバーツーリズムが指摘される中、観光による恩恵が住民の生活とどのようにつながっているかが十分に伝えられておらず、観光が住民にとって負担として受け止められるおそれがある状況でした。

取組後 (after)

データ活用による売上向上と施策判断力の高度化

- 事業者とともに、①需要変動に応じたダイナミックプライシングによるレベニュー最大化の取組を実施するとともに、②各種施策について実施前後の数値を用いた効果測定を行うことで、売上に直結する施策とそうでない施策を明確に把握できるようになり、その結果、宿泊事業者においては**売上が前年同月比で186万円増加**しました。

生活者目線での情報整理による観光理解の促進

- 冊子とインフォグラフィックを制作し、住民に提示しました。大学講義後アンケート（128件）では、理解が深まったという回答が多く、生活実感に近い具体例が有効だと分かりました。
- 住民アンケート（72件）では、「暮らしとの関係」の理解が深まった層が多数を占め、受入意向が前向きに変化した層が確認できました。一方で、混雑、交通、ゴミ、マナーの不安は残り、対策や改善の努力を求める声が残ることも確認できました。

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)

自力でデータ活用に取り組む課題

- データを活用した施策判断や効果検証の方法が整理されておらず、事業者が自力でデータ活用に取り組むには心理的・技術的なハードルが高い状況でした。

旅行者のマイクロな質的データが不足

- 全国・県単位のマクロ統計が中心で、廿日市市を訪れる旅行者の属性や満足度、消費行動といったマイクロデータを継続的に取得できていませんでした。

取組後 (after)

事業者の自走に向けたデータ活用の広がり

- 一部の事業者に対する伴走支援を通じて、データに基づく施策実施と成果が生まれたことで、効果が確認できた取組については他の事業者にも自然と共有・模倣される動きが見られました。これにより、すべての事業者が自力で分析を行わなくても、成果が明確な施策が横展開されることで、結果として地域内での自走的な改善が進む可能性があることが観測されました。

QRアンケートで通年・リアルタイムなマイクロデータ取得

- 宿泊施設に設置したQRコードアンケートにより、旅行者の属性・満足度・消費等のマイクロデータを通年かつリアルタイムで取得できる基盤を整備しました。

4.総括

(2) 事業の考察

成果 各種データのダッシュボード化（オープンデータ化）と事業者データ活用伴走支援

本事業では、廿日市市という地域に特化したマイクロな観光データを活用し、事業者の意思決定と行動に直結するデータ活用を実現した結果、宿泊事業者を中心に売上向上等具体的な経営改善効果が確認されました。

・成果につながった要因は、全国統計といったマクロデータではなく、宮島旅行者といったマイクロデータに焦点を当てた点と、過去実績データにとどまらず、需要予測等将来の先行指標となり得るデータを活用したことで、事業者の施策につなげることができたと考えられる。さらに、データをオープン化して終わるのではなく、公式LINEを通じて情報を届ける仕組みを活用したことで、データが実際に「使われる状態」を作れたことも成果創出の重要な要因と考えられます。

・データ活用に関心を持つ事業者は一定数存在する一方で、人手不足や業務過多により、データを自力で分析し施策に落とし込むことが難しい状況があり、そのため単なる情報提供ではなく、業務フローの洗い出しから課題整理、施策設計、実行、効果検証までを一体的に支援する伴走型のアプローチを採用しました。特にダイナミックプライシングや施策別の効果測定等、複数の取組を並行して検証し、小さく試しながら成果の出る施策に集中する形でPDCAを回したことで、現場に無理のない形でデータ活用を定着させることができました。

・宿泊事業者では、需要予測データを活用したダイナミックプライシングにより、売上が前年比186万円増加する等、データ活用が定量的な経営改善効果として表れました。また施策ごとの効果測定を行ったことで、経験や勘に依存した運営から脱却し、売上に寄与する施策とそうでない施策を見極められる状態が整備された。伴走支援には一定の労力を要したものの、成果が明確に可視化された取組については他事業者による自発的な模倣も生まれており、今後は好事例の横展開によって、より少ない支援負荷で地域全体のデータ活用を促進できる将来性が示されました。

4.総括

(2) 事業の考察

成果 住民向け観光波及効果の理解促進

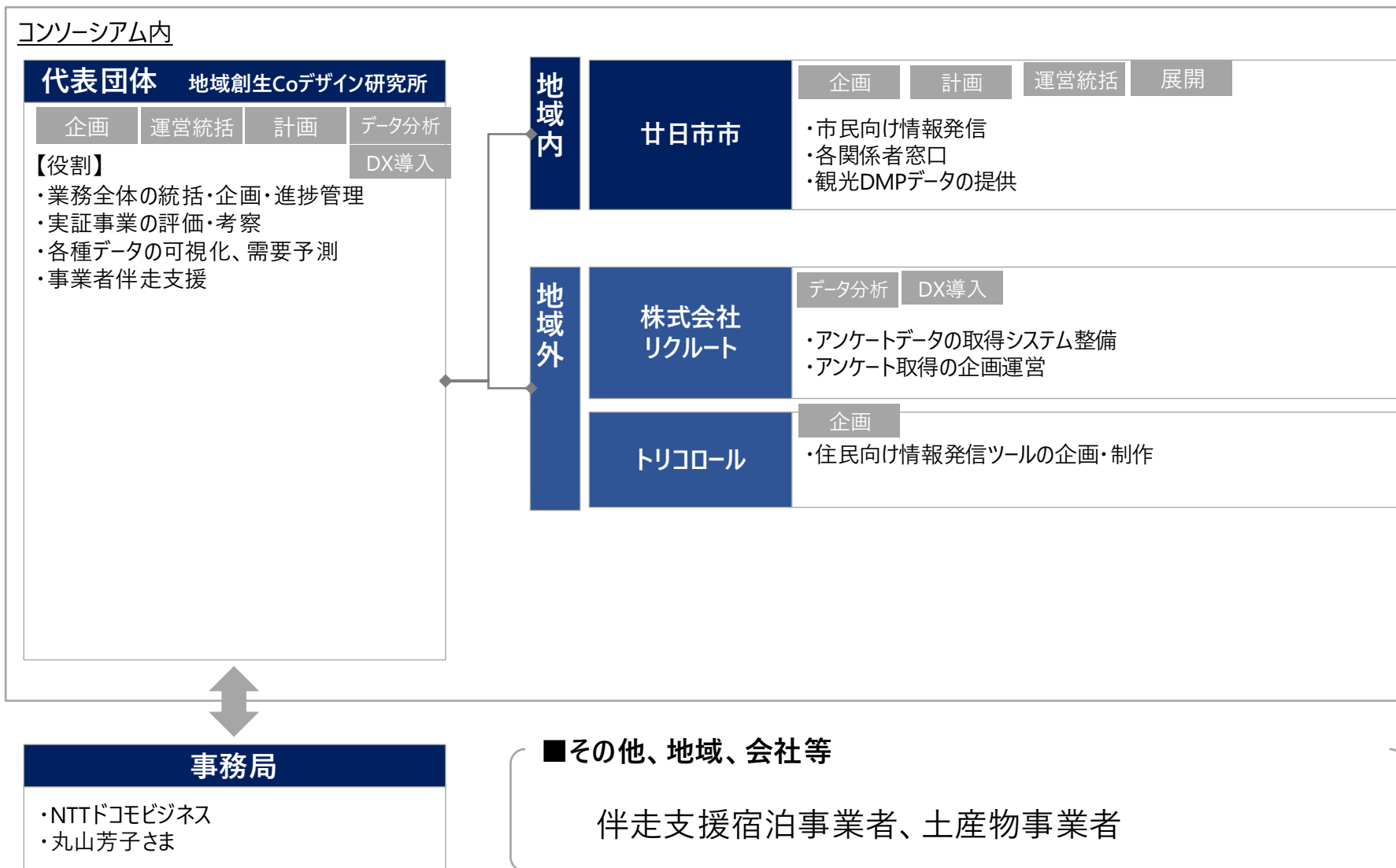
本取組では、取組①において整備・オープンデータ化した来島者数、消費額等のデータを可視化したことで、観光による地域経済への波及効果を具体的な数値として整理・提示できるようになりました。これらのデータを基に、観光の波及効果をわかりやすく伝える冊子を作成・提示した結果、住民の観光への理解促進と受入意向が前向きに改善することが確認できました。あわせて、観光のメリットに関する情報発信だけでは混雑、交通、ゴミ、マナーといった日常に関する不安は残ることが明確になり、地域をマネジメントする組織として、次に提示すべき情報は具体的な対策や改善事例など、一步踏み込んだ具体的な情報であることが特定できました。

・成果につながった要因は、取組①で可視化したオープンデータを活用し、観光のメリットを具体的な数値とともに住民の暮らしと結び付けて説明した点です。大学講義後アンケートの示唆を基に、生活実感に近い具体例を用い、専門用語に依存しない表現へ改善したことが理解促進に寄与しました。

・廿日市市民を中心とする住民へのアンケートの結果の自由記述では、「観光が地域の活性化だけでなく、公共サービスの維持にも繋がっていると初めて理解した。」「住民の立場では、観光客が多く道路が渋滞すると、単純に迷惑だな、という気持ちになりがちだが、冊子をみて、具体的な数値を通じて、観光客が増えることの影響範囲が広いことが理解できた。」など、受け入れ意欲の前向きな変化を確認することができました。

5.実施体制

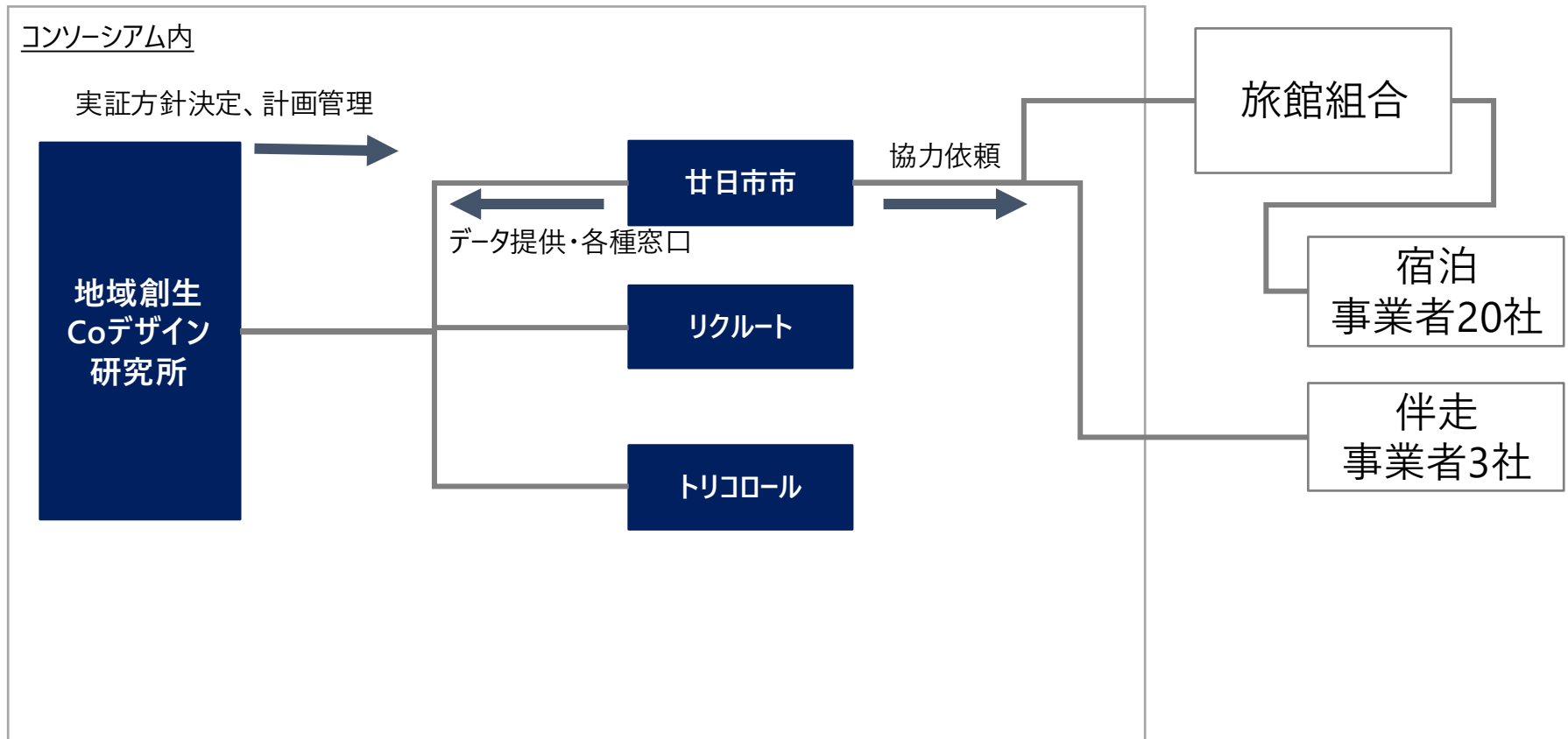
(1) 体制図



5.実施体制

(2) 各メンバーの役割

本実証事業では、代表団体が全体方針および進行管理を担い、自治体、民間事業者、外部専門事業者がそれぞれの強みを生かして役割を分担する体制を整備しました。各主体が単独で対応するのではなく、相互に連携しながら事業者支援とデータ活用を進めることで、実行性の高い取組を実現しました。



6.今後の展望

取組の展開・拡大方針

本実証で整備したデータ活用のプロセスや運用方法を、特定の事業者に限定せず、地域内の他事業者にも展開可能な形で整理します。令和7年度末を目途に、はつかいち版DMOの設立を予定していることから、観光地マネジメントおよびマーケティングに継続的に活用していく方針です。

システム等の運用体制

システム全体の運営方針および契約管理はDMOが担い、データ管理については市の関係部署と連携して対応します。システム保守や障害対応は外部ベンダーと連携し、責任分界を明確にしたうえで、安定的な運用体制を整備します。

取組継続のための財源確保方針

事業終了後もコンソーシアムを継続し、参画事業者・団体からの会費や自治体からの一部支援を検討することで、必要な運営経費を確保します。あわせて、宮島訪問税を活用し、観光地経営の持続に資する費用として活用することを検討します。

データ収集・分析・活用体制

データの更新や分析に係る負荷を最小限とするため、生成AI等を活用した省人化の仕組みを取り入れます。これにより、限られた人員でもデータを継続的に収集・分析し、施策検討に活用できる体制を整備します。

7.おわりに

オープンデータを地域の施策や事業者の施策に結びつけるためには（データ活用）全国的な統計等のマクロデータだけでなく、地域や施設、日次といった粒度の細かいマイクロデータを活用することが重要です。マクロデータは全体状況の把握には有効である一方、個々の事業者が具体的な施策を検討・実行する段階では活用が難しい場合が多く、地域特性に即したデータ設計が求められました。

また、過去実績データにとどまらず、需要予測等の将来指標となり得るデータを活用することで、事前の判断や行動変更につながりやすくなる点も留意する必要があります。さらに、データをオープン化して公開するだけでは十分とは言えず、公式LINE等を活用して事業者に確実に情報を届け、日常業務の中で活用される導線をあらかじめ設計することが、実効性を高めるうえで有効であると考えられます。

ダイナミックプライシングは意思決定主体が事業者であり、自治体/DMOからの情報提供後も複数のステップ（昨年度比較、シフトの観点・仕入れ状況）を経る必要があるため、実施までのハードルがあります。どこまで踏み込んだ情報提供ができるかの検討が地域ごとに必要だと考えます。また、地域全体で価格や予約状況を提示するには、既存システム（JTBの宿泊データ分析システムを利用、事業者のPMS・SCはバラバラ）ではデータ項目が不統一で、活用用途が限定的だったため、今後PMS標準化やデータ流通の整備が不可欠だと考えます。