



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

秋田県横手市におけるオープンデータ化推進と データ活用基盤構築による観光DX推進モデル実証事業

横手市観光データ・AI・イノベーションアライアンス



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. DMPデータと地域データの取得確認・整理
 - 取組2. オープンデータ・新規オープンデータ・クローズデータの区分・検証
 - 取組3. 横手版DMPの企画整備・各種検証
 - 取組4. データ活用の地域実装・各種実証
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

横手市は、雪国の暮らしや文化を肌で感じる「物語のある観光」ができる街です。かまくら等の幻想的な風景に加え、横手やきそばや郷土料理・農産物など「食の力」も強く、満足度は抜群です。秋田ふるさと村や駅前温泉など天候に左右されない施設も充実し、家族連れでも気軽に立ち寄れる、心温まる体験が待っています。

特徴

- ・豪雪が生む雪国文化（かまくら等）と、盆地の風土が育てる食（横手やきそばをはじめとする郷土料理・農産物）などの魅力が重なり合う地域です。
- ・歴史的街並みや文化施設、拠点型の観光施設、温泉などが市内に点在・集積しており、季節イベントと通年コンテンツの両輪で周遊しやすい観光構造を持ちます。
- ・年間300万人以上が訪れる規模感があり、日帰りの立ち寄りから滞在・周遊まで幅広い旅行スタイルを受け止められる点が大きな特徴です。

取組エリア

秋田県横手市



1.はじめに

(2) コンソーシアム

コンソーシアム名

横手市観光データ・AI・イノベーションアライアンス

実施主体

■ 代表団体／企業

一般社団法人横手市観光推進機構（DMO YOKOTE）

■ 活動地域

秋田県横手市

■ 活動概要・経歴

平成29年3月22日に設立された秋田県横手市の地域DMOです。

8市町村が合併した新たな横手市として地域一体となった観光戦略を展開し、450年の歴史を持つ「かまくら」や「横手やきそば」といった地域資源をマーケティングやPR活動によって最大化させることを目指すほか、観光業者だけでなく地域全体へ観光のメリット（経済効果）を波及させ、持続可能な観光地域づくりを実現することを目的にしています。

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

- ・横手市は冬季の旅行者数が少なく、またインバウンドの多くは市内ではなく、他の地域に宿泊しています。
- ・観光関連データ自体は取得していたり事業者ごとに何かしら保有しているものの、データの活用が進んでおらず、旅行者のニーズに即した商品、サービスの整備や販促が十分に行われていません。
- ・本事業では、地域の観光関連データをオープンデータ化し、宿泊、飲食事業者が保有するクローズドデータと組み合わせ分析、活用ができる基盤を整備します。
- ・オープンデータ化とデータ活用により各事業者の現場において需要予測や価格設定、販促施策の立案を行える状態を目指します。
- ・実証を通じて、データドリブンな経営判断が現場レベルで実現され、消費拡大と生産性向上による稼げる地域、産業モデルの整備を目指します。

2.地域が目指す姿・事業概要

事業概要

冬季の観光需要の低迷や通過型観光の課題を抱える横手市では、地域の観光関連データをオープンデータ化し、宿泊、飲食事業者が保有する予約、決済、アンケート等のクローズデータと組み合わせて活用する「横手版DMP」を整備します。これにより、旅行者の動向やニーズを可視化し、現場スタッフが自らデータを活用して施策を立案、実行できる環境を整備することで、データ活用を通じた消費の拡大と生産性向上を両立させる地域活性化モデルの実現を目指します。

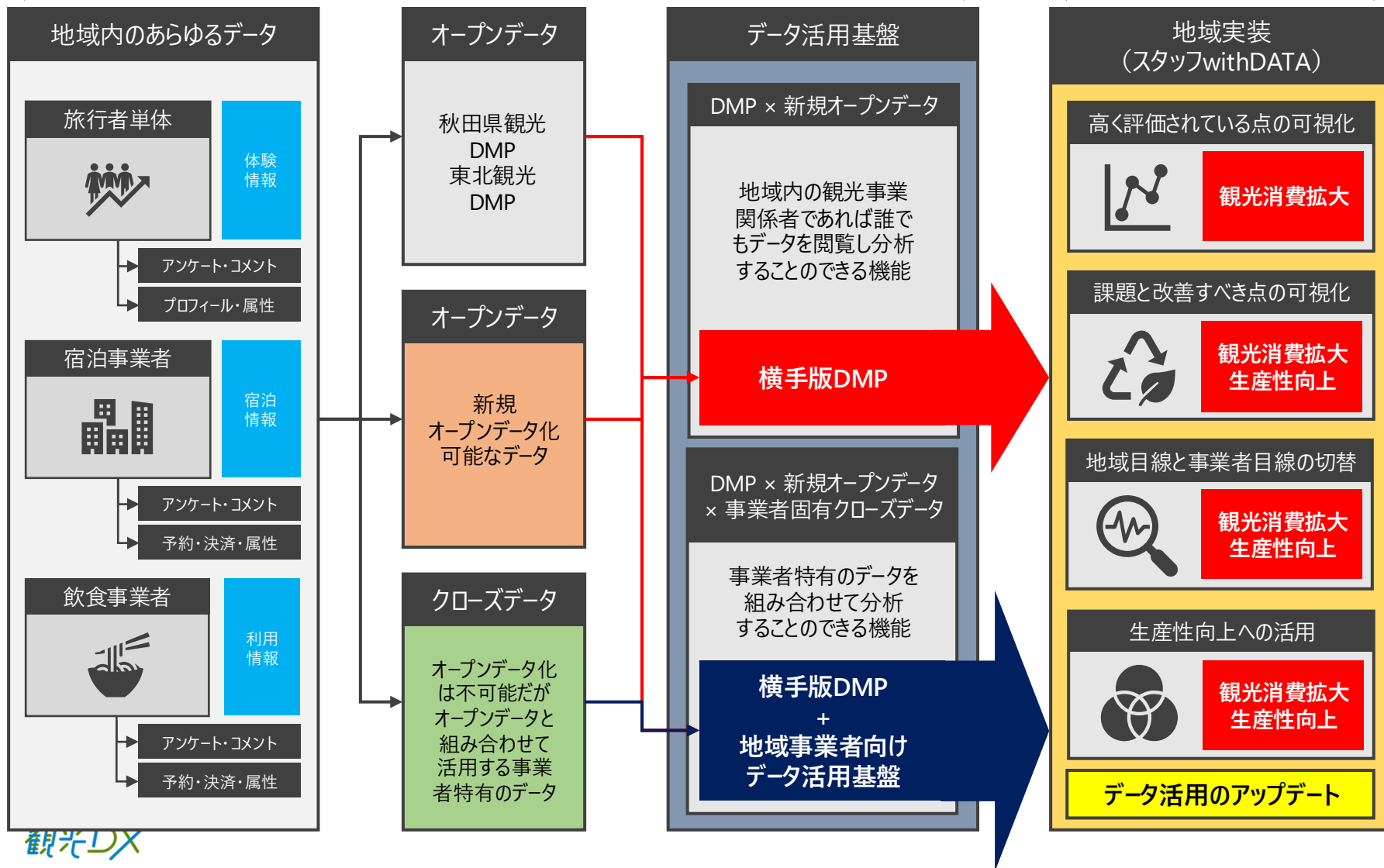
実証内容

1. 地域の観光関連データを収集、整備し、オープンデータ化に取り組みます。
2. オープンデータを活用したキャンペーンや価格設定、人員配置の最適化等の実施による生産性向上、消費拡大等を目指します。

3. 実証事業 (1) 全体像

データ収集・区分・事業者が活用できる基盤の整備事業

地域実装事業



3.実証事業

(2) 目標・取組内容

目標

Goal：事業者がデータ・ドリブンな企画や施策を運用し、稼ぐ力をつけ、観光消費額を増加させる

KGI：観光消費額+1,000,000円/実証期間

KPI：5事業者が200,000円の売上を伸長

取組①～④	取組概要	頁
<p>取組① 既存DMPデータと地域データの 取得確認・整理</p>	<p>既存DMPと地域から取得したい・取得できるデータを整理し、オープンデータ化や横手版DMP「横手市観光データ分析基盤プラットフォーム（仮称）」の企画整備準備を行いました。DMPにおいてはデータ項目を確認し、それぞれの詳細のデータ内容を整理し、地域データにおいては、どのような事業者からどのようなデータ提供を受けたいのか・受けられるのかについての企画調整・協議を行い、次のフェーズへつなげる準備段階となりました。</p>	P.16
<p>取組② オープンデータ・新規オープンデータ・クローズデータの区分・検証</p>	<p>既存のDMP上ですでにオープンデータ化されているデータ以外の地域データに関して、オープンデータとして取り扱いが可能なデータについては新規オープンデータ化を目指し、オープンデータとしての取り扱いがNGなデータについてはクローズデータでの取り扱いとして決めました。データを3つに区分し、それぞれを組み合わせ、どのような分析手法を用いることでどのような分析結果を得ることができるのかを検証しながら整理しました。</p>	P.32

3.実証事業

(2) 目標・取組内容

目標

Goal：事業者がデータ・ドリブンな企画や施策を運用し、稼ぐ力をつけ、観光消費額を増加させる

KGI：観光消費額+1,000,000円/実証期間

KPI：5事業者が200,000円の売上を伸長

取組①～④	取組概要	頁
<p>取組③</p> <p>横手版DMPの企画整備・各種検証</p>	<p>横手版DMP「横手市観光データ分析基盤プラットフォーム YOKOTE DMP」企画整備を行いました。</p> <p>さらに、実際の分析を行い、分析結果の検証を実施しながらアップデートに取り組んだほか、既存のDMPのデータと新たな地域データを組み合わせ、横手市特化のデータ活用が地域実装しやすい状況を目指して取り組みました。</p>	<p>P.37</p>
<p>取組④</p> <p>データ活用の地域実装・各種実証</p>	<p>YOKOTE DMPを実際に活用し、地域におけるデータ活用の地域実装に取り組みました。観光関係者や観光関連事業者における活用場面は多々ありますが、来訪している旅行者に関する分析、まだ開拓できていない旅行者層の分析、新たな商品整備やサービス整備、そのほか生産性向上につながるような分析結果等を得て、それらをもとに施策運用等を行う実証に取り組みました。</p>	<p>P.43</p>

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

本事業の特徴

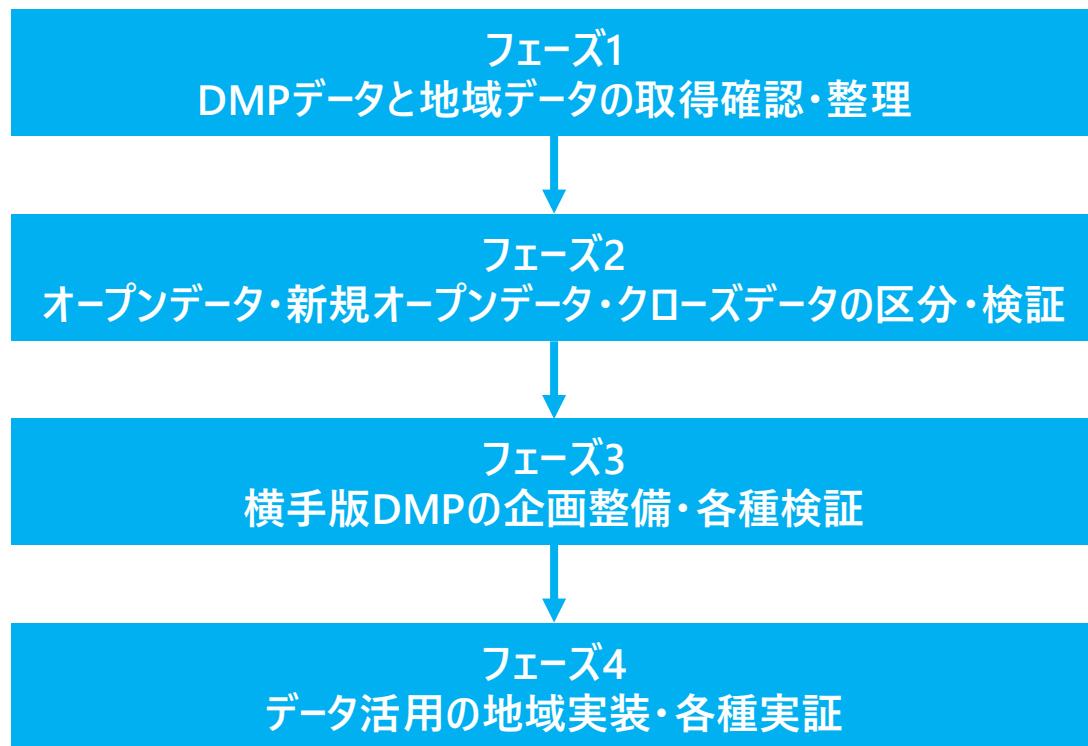
実証全体をフェーズで区分し、各フェーズごとに企画調整、実証を推進します。

- ① 横手市特化型のDMPを整備することで
地域事業者が活用しやすいDMPを実現
- ② クローズデータが活用できるシステム
- ③ チャット型AIの活用により専門家ではない
一般スタッフでも分析と施策立案が可能

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

フェーズ区分

実証全体をフェーズで区分し、各フェーズごとに企画調整、実証を推進します。



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組概要：既存DMPと地域から取得したい・取得できるデータを整理し、オープンデータ化や横手版DMP「横手市観光データ分析基盤プラットフォーム（仮称）」の整備準備を行いました。既存DMPにおいてはデータ項目を確認し、それぞれの詳細のデータ内容を整理し、地域データにおいては、どのような事業者からどのようなデータ提供を受けたいのか・受けられるのかについて協議を行い、次のフェーズへつなげる準備段階としました。

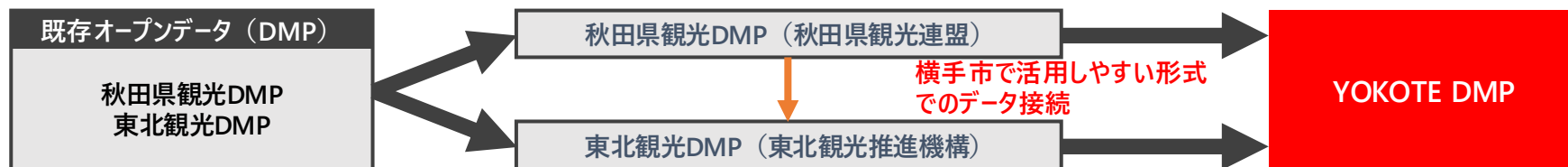
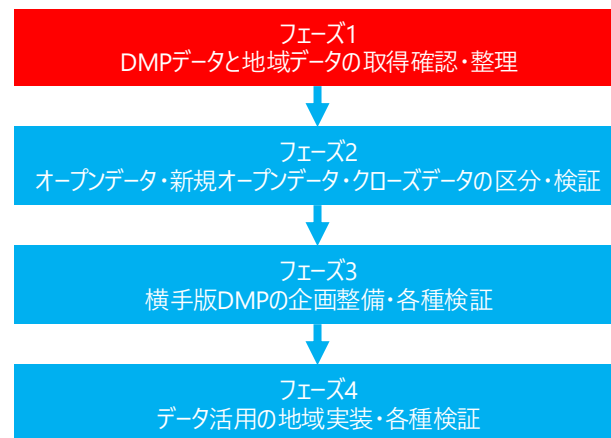
取組の詳細

① 秋田県観光DMP上での取得可能なデータの確認と取得したいデータを整理

秋田県観光DMP上で取得可能なデータについて、内容や粒度を整理し、想定する分析に基づいて必要となるデータ項目を仮説設定した上で整理しました。

② 東北観光DMP上での取得可能なデータの確認と取得したいデータを整理

東北観光DMP上で取得可能なデータについて、内容や粒度を確認し、どのような分析を行うためにどのようなデータが必要かを仮説設定した上で整理しました。



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

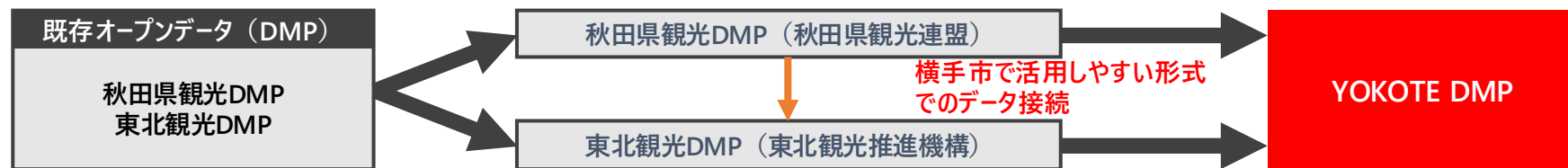
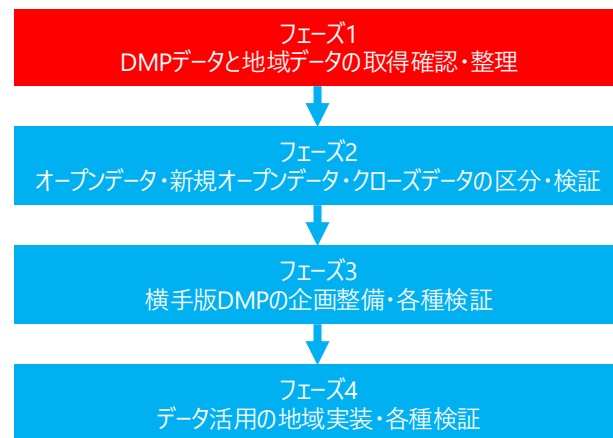
取組① 既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組概要：既存DMPと地域から取得したい・取得できるデータを整理し、オープンデータ化や横手版DMP「横手市観光データ分析基盤プラットフォーム（仮称）」の整備準備を行いました。既存DMPにおいてはデータ項目を確認し、それぞれの詳細のデータ内容を整理し、地域データにおいては、どのような事業者からどのようなデータ提供を受けたいのか・受けられるのかについて協議を行い、次のフェーズへつなげる準備段階としました。

取組の詳細

③ 地域の事業者等への説明や調整を行い、提供いただくことが可能なデータを整理

地域の事業者等に対して本実証事業の説明を行い、現状のデータ取得状況や取り扱い状況を把握した上で、提供可能なデータを確認しました。



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■ 既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）の整理

① 必要なデータの洗い出し

どのようなデータがあればどのような分析が可能かを整理しました。

② 既存DMPのデータ項目確認

既存DMPのデータ項目や各種仕様について、横手市観光推進機構から関係者に向けてレクチャーを実施し、どのようなデータセットがあるのかを①と並行して確認しました。

③ データ活用や接続に関する規約等の確認と調整

横手市観光推進機構にて、秋田県観光DMPおよび東北観光DMPの仕様や規約を確認・照会し、どのような形式で接続・連携が可能かを調査・協議しました。

秋田県観光DMPに関しては基本的に協力の承諾をいただき、東北観光DMPに関しては決済ベースのデータの活用はNGなどの条件があったものの、活用の承諾が出たデータがありました。既存のDMPのデータを接続させ、YOKOTE DMPの整備を進めました。

以下、既存DMPにて取得できるデータ（一部抜粋）

区分	カテゴリー	データ名	欲しいデータ	理由
秋田DMP	県内宿泊者データ	宿泊者動向 定型分析 [ACC-01]	地域別(市町村別)・日別の宿泊者数データ	・季節性要因、天気要因、イベント要因などを考慮したデータ分析を行うため ・滞在型の観光・宿泊商品を検討するため
秋田DMP	調査・統計データ	旅行者動向 定型分析 [SRV-01]	同行者 / 四半期毎の同行者数データ	・観光・宿泊商品の人数を検討するため
秋田DMP	調査・統計データ	周遊ルート 定型分析 [SRV-02]	地域別(市町村別) 周遊ルートのデータ	・隣接する周遊ルートから滞在型の観光・宿泊商品を検討するため
秋田DMP	調査・統計データ	観光入込動向 自由分析 [SRV-11]	行項目に「イベント開催日」を追加したデータ	・観光地点と日時によるシナジーを検討するため
秋田DMP	Webサイトデータ	海外閲覧状況 定型分析 [Web-C01]	ページ別アクセス数データ	・記事内容からインバウンド商品整備の素案を生成するため
秋田DMP	Instagramデータ	投稿記事 自由分析 [SNI-02]	投稿分析データ	・内容、投稿日から商品整備の素案を生成するため
東北DMP	Web広告	Web-51 Google 広告 (ターゲット分析)	自治体「すべて」のキャンペーンリストデータ(全期間)	・広告の戦略を検討するため ・観光・宿泊商品の内容を検討するため
東北DMP	Instagram分析	SNI-02 Instagram自由分析 投稿データ	「自治体別/All」「Instagramアカウント/All」「全期間」のデータ	・内容、投稿日からインバウンド商品整備の素案を生成するため
東北DMP	公的統計分析	OPK-21 訪日外国人流動(FFデータ) 国・性年代別自由分析	目的地*国*出発地データ	・観光・宿泊商品のターゲットと広告オーディエンス検討のため
東北DMP	アンケート分析	ENQ-01 アンケート調査	旅行形態・手配方法 居住国別データ	・国別商品パッケージ検討のため
東北DMP	クロス分析	MXD-11 クロス分析ダッシュボード(消費・公的統計/訪日)	消費動向調査 国籍別・業種別表一覧のデータ	・お土産・観光・宿泊商品の内容を検討するため

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

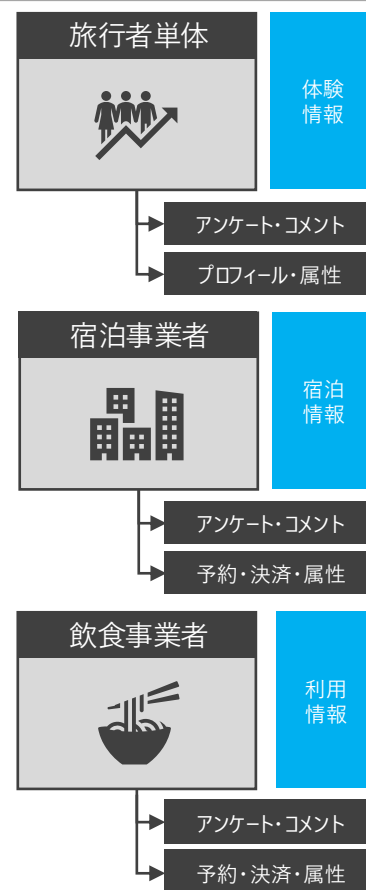
既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

① なぜ既存DMPのデータだけではなく地域データを取得することとしたのか
本実証では、地域に眠っている（活用されていない）あらゆるデータを掘り出し、データ活用ができる地域を目標としています。既存DMPはビッグデータの側面が強いため、既存DMPデータのみでは解像度が低い表面的な分析に留まってしまいます。

そのため、地域の事業者等が保有する地域のリアルが見える地域データを追加で取得し、それらを組み合わせて活用することで、地域の事業者が抱える課題や将来的な可能性の解像度を高めながら活用できる状態の実現を目指しました。



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

② 地域内で取得可能なデータの洗い出し（今後の将来性・可能性含め）

地域内でどのようなデータが取得できるのか現状と今後の可能性を含めて整理しました。区分として【旅行者単体】【宿泊事業者】【飲食事業者】を定めました。

【旅行者単体】

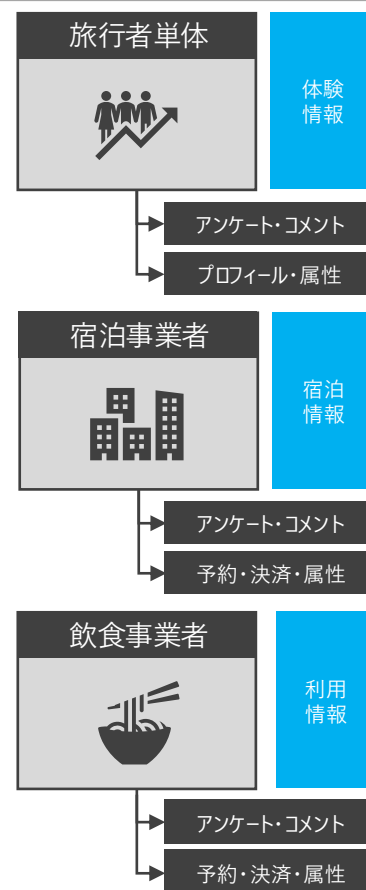
旅行者からデータ提供いただくことを想定し、具体的には旅行者を対象とした体験やアクティビティに関するアンケート調査や各種コメント、プロフィールや属性情報など。

【宿泊事業者】

宿泊事業者からデータ提供いただくことを想定し、具体的には宿泊施設側で保有している宿泊に関する予約決済属性情報（宿泊施設によってばらつきはあり）、アンケート調査や評価コメントなど。

【飲食事業者】

飲食事業者からデータ提供いただくことを想定し、具体的には飲食事業者側で保有している予約決済属性データ（店舗によってばらつきはあり）、アンケート調査やお客からの感想や意見、予約サイトの評価など。



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と
地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

③ 地域内で取得可能なデータに関する調査・協議

調査・協議結果

- ・楽天トラベルやじゃらん等のOTAについては、各管理画面上で予約者の年齢・性別を把握することが可能ですが、サイトコントローラー経由では性別や年齢データが連携されないことが分かりました。
- ・経営状況や売上規模の推測につながるデータについては、オープンデータ化は困難との認識で一致しました。
- ・稼働率に関するデータについては、オープンデータ化は可能と考えられました。また、予約残数を基に残り部屋数を算出する形式であれば、事業者側の心理的抵抗は比較的小さいとの意見が得られました。
- ・宿泊施設によっては、年齢や性別等の属性データを独自に集計・管理している事例も確認されましたが、現時点では内部共有にとどまっています。

横手市では、宿泊施設から毎月、宿泊者数の報告を受けている実績があることから、まずは既存の提出データを軸にオープンデータ化への協力を依頼する方針とし、合意形成を図りました。すでに提出実績のあるデータを活用する形であれば、事業者の負担や心理的抵抗を抑えた形で協力を得やすいと整理をしました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

④ 宿泊事業者からのデータ取得に注力した理由について

本実証では、調査結果および地域特性、ならびに今後の展開を総合的に考慮した結果、飲食事業者よりも宿泊事業者からのデータ取得およびデータ活用の実装を優先して取り組みました。

その理由は以下のとおりです。

- ・飲食事業者においては、データ化やシステム導入が進んでおらず、非常にアナログな運用が主流であることが確認されました。
 - ・段階的にデータ取得が可能となるよう支援を行う余地はあるものの、実証期間内でのデータ取得・活用の実装は困難と判断しました。
 - ・地域が「稼ぐ観光地」となるためには、宿泊を伴う消費額の増加が重要であり、宿泊データの活用はその基盤となります。
 - ・宿泊事業者については、予約管理システムやOTA等が導入されているケースが多く、比較的データ取得が容易な環境が整っている状況です。まず宿泊データを把握・分析することで、滞在傾向を可視化でき、次の段階として飲食事業者を巻き込んだ展開につなげやすいと整理しました。
- 以上の理由から、本実証においては、宿泊事業者を起点としたデータ取得および活用に注力する方針としました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

⑤ 関係者が保有するデータ等の整理

横手市観光推進機構や秋田県・横手市等が保有しているデータで活用できるものがないかを整理しました。

その中でも活用できるものについては、YOKOTE DMPに接続し、実証に活用しました。

横手市観光推進機構が保有するデータ

・NTTドコモの会員基盤：dポイント会員（dポイントユーザー）を活用し、過去2年以内に秋田県横手市を訪問したことが確認できるユーザーを対象に実施したアンケート調査データ

横手市

- ・宿泊施設から報告される宿泊客数等のデータ
- ・横手市観光振興計画に組み込まれている調査データ

秋田県（観光DMP）

- ・秋田県観光統計
- ・秋田県の各種公式SNSアカウントの投稿に対する反応等のデータ

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理
宿泊施設から報告される宿泊客数等のデータ

宿泊数調査（横手市独自調査）

取得期間：平成24年から令和6年（取得継続中）

対象施設：最大9施設+その他（年ごとに変動あり）

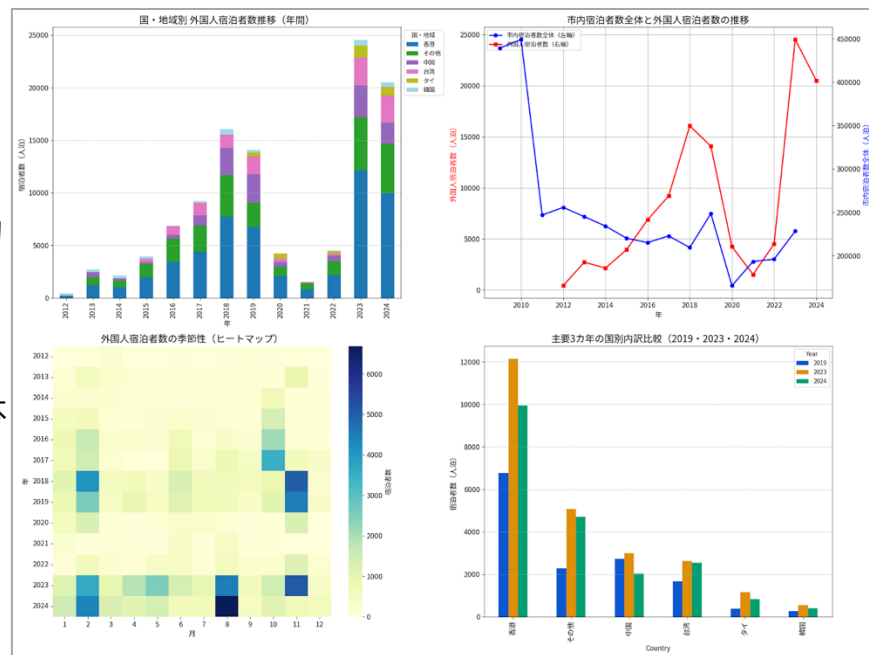
取得データ内容：施設毎の宿泊者数・月毎の宿泊者数・訪問元の国

※データ取得なしの月等もあり。

・宿泊者数等のデータを継続的に把握することで、経験や勘に頼らないデータドリブンなマーケティング施策の検討が可能となります。これにより、ターゲット層の明確化や、施策内容の具体化につなげることができます。

・今後の成長が見込まれるインバウンド需要に対する受入体制の強化や、効果的な誘客施策の検討に活用できます。

・オフシーズン等に旅行者に響くコンテンツの造成や発信により、宿泊の稼働率や収益の最大化が狙うことができます。



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と
地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

dポイントユーザーの中で過去2年以内に秋田県横手市に訪問したことがある人を対象としたアンケート調査データ

2023年データ（2023年2月21日から3月12日まで回答）

横手市への興味・認知度に関するアンケート（スマホ限定）

依頼数	34320人	調査依頼した対象者数です。
有効回答数	1717人	集計対象とする有効回答の対象者数です。
回収率	5.0%	(有効回答数/依頼数)

2024年データ（2024年3月7日から3月26日まで回答）

横手市への興味・認知度に関するアンケート（スマホ限定）

依頼数	27281人	調査依頼した対象者数です。
有効回答数	1523人	集計対象とする有効回答の対象者数です。
回収率	5.6%	(有効回答数/依頼数)

※2025年以降のデータ取得等については本実証外での検討中。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と
地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

dポイントユーザーの中で過去2年以内に秋田県横手市に訪問したことがある人を対象としたアンケート調査データ

2023年の設問（一部抜粋）

1. Q1 過去2年以内に秋田県横手市に『観光』で訪れたことがありますか。（回答は1つ）
2. Q2 あなたが直近で横手市に訪れたのは何月ですか。（回答は1つ）
3. Q3 あなたが、直近で横手市へ観光に訪れた際の同行者を教えてください。（回答は1つ）
4. Q4 あなたが、直近で横手市へ観光で訪れたのは何回目でしたか。（回答は1つ）
5. Q5 今回、横手市を観光するにあたって、比較したけれど行かなかった観光の候補地はどこですか？都道府県名でお答えください。比較対象が秋田県内の他地域の場合に限って、市町村名でお答えください。（例 青森県と北海道）（回答は1つ）
21. Q21 横手市でのおもてなしについての満足度を教えてください。（回答は1つ）
22. Q22 横手市での交通の利便性（移動時間や案内表示、待ち時間など）の満足度を教えてください。（回答は1つ）
23. Q23 横手市での観光について総合的な満足度を教えてください。（回答は1つ）
24. Q24 横手市での観光を振り返って、不満を感じた点を教えてください。（回答は具体的に）
25. Q25 横手市での観光を振り返って、好印象だった点を教えてください。（回答は具体的に）

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と
地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

dポイントユーザーの中で過去2年以内に秋田県横手市に訪問したことがある人を対象としたアンケート調査データ

2024年の設問（一部抜粋）

6. Q6 今回、横手市を観光するにあたって、比較したけれど行かなかった観光の候補地はどこですか？都道府県名でお答えください。比較対象が秋田県内の他地域の場合に限って、市町村名でお答えください。（例 青森県と北海道）（回答は1つ）
7. Q7 前問で比較地域をお答えいただいた方にお伺いします。比較地域ではなく、横手市を選んだ理由を教えてください。（例 横手市の方が、良い宿泊先が多かったから）（回答は具体的に）
8. Q8 あなたが横手市を知ったきっかけを教えてください。（該当するもの全てを選択して下さい）（回答はいくつでも）
9. Q9 あなたが、直近で横手市を訪れた目的を教えてください。（回答はいくつでも）
10. Q10 あなたは、何に魅力を感じて横手市への訪問を決めましたか。（回答はいくつでも）
11. Q11 直近の横手市への滞在時における1人あたりの交通費を教えてください。（回答は半角数字）
12. Q12 直近の横手市への滞在時における1人あたりの宿泊費（日帰りもしくは知人宅への宿泊の場合「0」）を教えてください。（回答は半角数字）
13. Q13 直近の横手市への滞在時における1人あたりの飲食費の総額を教えてください。（回答は半角数字）
14. Q14 直近の横手市への滞在時における1人あたりの土産代を教えてください。（回答は半角数字）
15. Q15 直近の横手市への滞在時における1人あたりのその他（入場料等）の支出を教えてください。（回答は半角数字）
16. Q16 以下の中で、あなたが横手市の観光をした後に、観光体験を発信したものを教えてください。（回答はいくつでも）

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と
地域から取得するデータ（地域データ）の整理

取組の詳細

■地域から取得するデータ（地域データ）の整理

④既存DMPデータと地域データの関係性や役割分担について

既存DMPデータについて

宿泊施設等から提供を受け、オープンデータ化されたうえで既にDMP上に掲載されているデータを指します。既存DMPデータを確認・整理した結果、主要かつ分析に有効なデータ項目は存在しているものの、秋田県内におけるデータ数は限定的であることが分かりました。そのため、DMPデータのみを用いた分析では、地域全体の大まかな傾向を把握するにとどまり、地域の現状を詳細に把握するには十分ではないと整理しました。

地域データについて

地域データとは、地域の事業者がそれぞれの店舗や施設において取得・保有しているデータであり、どのようなお客様が、どのような消費行動をとっているのかといった、現場の実態を反映したデータを指します。すべての事業者において完全なデータ取得が行われているわけではありませんが、オープンデータと比較すると、来訪目的や利用時期、注文内容などの実態に即した粒度の高い情報を取得・活用できることから、地域の実情を把握するうえで重要なデータであると認識しました。

役割について

既存DMPデータ：地域全体の傾向を把握するためのデータ

地域データ：DMPデータを補完し、地域特性や店舗・施設ごとの状況を詳細に把握するためのデータ

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と
地域から取得するデータ（地域データ）の整理

■ まとめ

取組前（before）

- ・既存DMPにどのようなデータがあるのか、そのデータをどのように活用できるのかが分かりませんでした。
- ・地域の事業者がどのようなデータを取得していてどのように活用できるのかが分かりませんでした。
- ・地域の事業者がオープンデータについて、そしてデータ活用に対してどの程度理解があり、活用意向があるのかが分かりませんでした。

取組結果（after）

- ・既存DMP内にどのようなデータが存在しているのか、そしてそれぞれどの程度のデータ量があるのか、どのような分析が可能なのかを把握しました。
- ・地域の事業者のデータ取得の状況、どの程度データ活用ができているのか、データ活用に対する意識や障壁、今後の可能性に関して把握することができました。
- ・オープンデータに関してあまり認知されておらず、事業者が保有するデータがオープンデータに活用されることについて抵抗があることが分かりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①

既存DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

■ まとめ

取組結果の分析

既存DMPについては一部利用が制限されていたことや、データ提供事業者が少ないといった課題がありました。そのため、既存DMPのデータだけでは地域全体の傾向把握にとどまり、事業者がデータをもとに施策を検討するための材料としては不十分であることが分かりました。

また、事業者へのヒアリングや意見交換を通じて、データの取得時点で障壁があること、活用に関しても障壁を感じていること、しかしながらデータ活用する有効性に関しては高い期待感を抱いていることが分かりました。

既存のDMPデータに加えて地域データを取得し、可能な範囲でオープンデータ化して地域に還元することで、地域全体の状況把握の精度を高められることが分かりました。あわせて、より実態に即したデータを用いた分析により、事業者ごとの状況を踏まえた施策検討につなげられる可能性があるかと整理しました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① DMPにて取得できるデータ（DMPデータ）と地域から取得するデータ（地域データ）の整理

■ 工夫した点・注力した点

・既存のDMPのデータを生かしながら、より地域に特化した形式でのDMPを整備するためのデータの活用手法に関して、地域の特性と現状を把握しながら整理しました。

・前提として秋田県観光DMPが存在しているもののアカウント提供範囲が限定的であり、事業者側でのDMPについての理解はもちろん、オープンデータに関する理解が進んでいないこともあり、本実証の背景や目的、そして将来の可能性に関して丁寧に説明を行いました。

・新規性の高い取組のため、普段からコミュニケーション回数が多く、連携することの多い関係値の多い事業者から協力の合意を得ていきました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② DMP以外のデータを新規オープンデータ化またはクローズデータの取り扱いにするのかを整理

取組概要：既存のDMP上ですでにオープンデータ化されているデータ以外の地域データに関して、オープンデータとして取り扱いが可能なデータについては新規オープンデータ化を目指し、オープンデータとしての取り扱いがNGなデータについてはクローズデータでの取り扱いとして決めました。データを3つに区分し、それぞれを組み合わせ、どのような分析手法を用いることでどのような分析結果を得ることができるのかを検証しながら整理しました。

取組の詳細

① フェーズ1で整理した地域データの内容をもとにオープンデータ化の検討

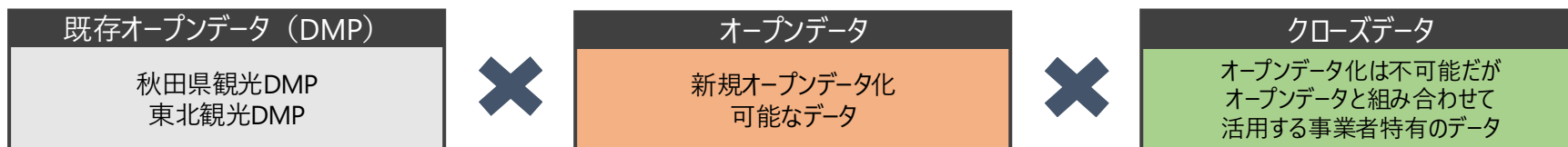
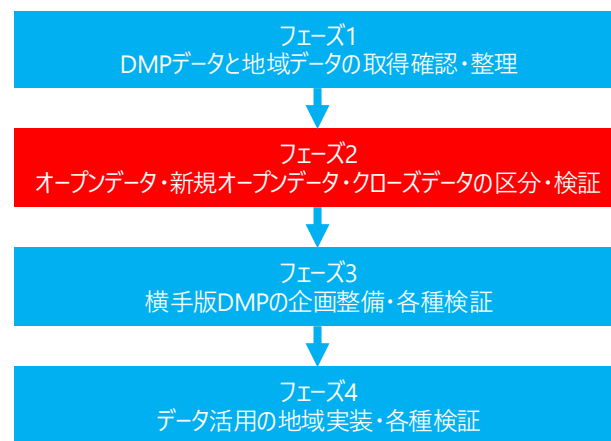
全てのデータをオープンデータ化することができるわけではないため、オープンデータの適切な取り扱いや事業者の都合に応じて、どのデータをオープンデータ化することが可能なかを判断し、データの取り扱いを整理しました。

② 新規オープンデータ化

地域データのうち、オープンデータ化が可能なものについてはオープンデータ化を行い、本実証で企画整備するYOKOTE DMPで取り扱うことができるようにしました。

③ クローズデータの取り扱いを整理

オープンデータ化が難しいクローズデータは、事業者のみが管理・活用できる状態としました。具体的には、YOKOTE DMPを活用することによって、安全にクローズデータをオープンデータと組み合わせたAI分析ができる状態を整備しました。



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② DMP以外のデータを新規オープンデータ化またはクローズデータの取り扱いにするのかを整理

取組の詳細

④ 地域内の事業者への連携提案

地域内の事業者へ本実証の内容を説明の上、連携が可能なのか、前向きなのかを確認しました。関係値や信頼関係の強いところから提案と協議を行った結果、概ね承諾をいただき、初年度である今年度は小規模で実証を行い、それらの活用事例をもとに地域内での普及啓発を推進する方向性としてしました。

⑤ 地域内の事業者におけるデータ取得状況の調査

事業者側にどのようなデータを取得できているのか調査を行いました。

- ・事業者側におけるデータ取得状況の確認（予約状況、属性情報、POSや注文履歴、来店記録など）
 - ・事業者側におけるデータの管理状況（アナログ・デジタル）やフォーマットの確認
 - ・事業者側がデータ取得をできていない場合には、今後データの取得が可能なものについて整理
- アナログな管理や解像度が粗い管理（紙ベースやメニュー等の詳細までは記載していない等）の事業者も多く、事業者側の構造やオペレーション変更は難しいため、既存データでどこまで活用が可能か検証を行う方向性とした。

⑥ オープンデータ化が可能なものなのか、クローズデータとして取り扱うものなのかを協議検討

取得したデータをAI等を用いて分析し、事業者の施策検討や意思決定に活用することを前提として、データ提供の協議を行いました。そのうえで、事業者が保有するデータについて、オープンデータ化が可能なものなのか、それともクローズデータとして取り扱うべきなのかについて、事業者側とデータの専門家、その他関係者を含めて協議検討を行いました。

経営や業績に直結するようなデータや地域内の特性として、公開したくないデータは少なくなく、どこまでの範囲ならオープンデータにして問題がないのかを慎重に協議検討し、公開が難しいデータについてはクローズデータとして扱い、オープンデータと組み合わせた分析に活用できるよう、自社のみで管理・利用することを前提に、公開可能な範囲からYOKOTE DMPに接続させる方向性となりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② DMP以外のデータを新規オープンデータ化またはクローズデータの取り扱いにするのかを整理

取組の詳細

地域データの整理について

データ項目	取得元	オープンデータ化・クローズデータの取り扱いの可否について
宿泊人数（予約人数）	宿泊施設	オープンデータ化OK（6施設）
稼働率	宿泊施設	オープンデータ化OK（5施設）
来訪元地域（国内）	宿泊施設	オープンデータ化OK（1施設）
来訪元国（国外・インバウンド）	宿泊施設	オープンデータ化OK（1施設）
男女比（人数）	宿泊施設	オープンデータ化OK（1施設）
アンケート調査・口コミ・意見等	宿泊施設	クローズデータ
宿泊金額	宿泊施設	クローズデータ
メニュー	飲食店	オープンデータ化OK（4施設）
稼働率	飲食店	オープンデータ化OK（4施設）
来客数	飲食店	クローズデータ
注文内容・数	飲食店	クローズデータ
利用金額	飲食店	クローズデータ
アンケート調査・口コミ・意見等	飲食店	クローズデータ

※事業者によってオープンデータ化できるもの、できないものの差はあるものの、売上に直結しない（推測されにくい）データであれば提供に関しては合意いただけるようになってきています。協力事業者数が増えれば抵抗は減っていくのではないかと考えています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② DMP以外のデータを新規オープンデータ化またはクローズデータの取り扱いにするのかを整理

■ まとめ

取組結果の分析

・地域内の事業者数が限られており、既存のDMPにおいても参画事業者が少ないことから、自社データをオープンデータ化することに対しては一定の抵抗感があることが分かりました。一方で、オープンデータ化が進み参画事業者が増えることで、抵抗感は徐々に低下していく傾向が見られました。

・自社データを、他事業者に公開されないクローズドな環境で安全に分析できる仕組みであれば、積極的にデータ活用に取り組みたいという意向は多く確認されました。そのうえで、地域全体の分析や施策検討を進めるためには、オープンデータの整備も並行して進める必要があると整理しました。

・また、データ活用の意義や具体的な活用イメージを説明することで、事業者の意識が変化することが確認されました。そのため、オープンデータ化やデータ活用、YOKOTE DMPの取組について、地域内で説明・共有する機会を増やしていくことが重要と考えています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② DMP以外のデータを新規オープンデータ化またはクローズデータの取り扱いにするのかを整理

■ 工夫した点・注力した点

- ・オープンデータ化したいのでデータ提供を依頼したいという伝わり方だけでは適切な理解がされないため、オープンデータ化がどのようにされるのか、オープンデータ化が進むとどのようなデータ活用の可能性が広がるのかなど、背景やプロセス、将来的な地域の可能性に関して含めて説明を行いました。
- ・データ活用に関して今まで全く取り組んでいなかった事業者も多いため、データ活用ができるとどのような経営判断や意思決定、業務効率化ができるのかなど、データ活用のメリットについて伝えました。
- ・データ取得に関して初期から自動化やシステム化するコストはかけられないため、まずはPoCとしてアナログな形式でのデータ提供でスタートしました。
- ・現時点では事業者の負担を増やさないために項目の要望をお伝えして、可能な範囲でのデータ提供としたり、提供形式は自由にしていますが、今後は共通のフォーマット化に取り組んだり、毎月のオペレーションのルーティン化まで昇華できると、事業者側でも工数削減やメリットを感じ取りやすくなるのではないかと考えています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 横手版DMP「YOKOTE DMP」の企画整備・各種検証

取組概要：横手版DMP「横手市観光データ分析基盤プラットフォーム YOKOTE DMP」企画整備を行いました。さらに、実際の分析を行い、分析結果の検証を実施しながらアップデートに取り組んだほか、既存のDMPのデータと新たな地域データを組み合わせ、横手市特化のデータ活用が地域実装しやすい状況を目指して取り組みました。

取組の詳細

①YOKOTE DMPの構成検討（UIUX）

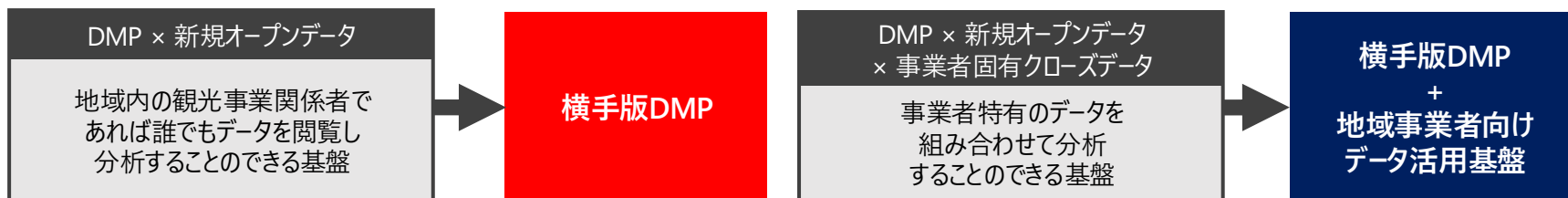
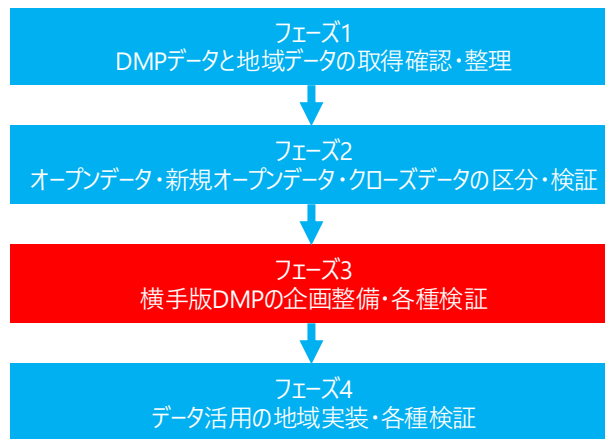
企画整備する「横手市観光データ分析プラットフォーム YOKOTE DMP」の技術的な構成や地域実装、地域での活用を促進するために最適なUIUXのデザインを行いました。

②YOKOTE DMPの整備

横手市版DMPの整備を行いました。観光事業関係者はもちろん、事業者も使いやすく、自社のクローズデータも組み合わせることのできる新たな地域のデータ活用のあり方を実証してきました。

③事業者からのフィードバックをもとにアップデート・各種検証

デザインしたUIUXを実際の事業者にも確認していただき、実際の活用場面を想定したときに改善すべき箇所や使いにくい箇所があるかなどのフィードバックをもとに、使いやすいデザインにアップデートを進めています。



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組③ 横手版DMP「YOKOTE DMP」の企画整備・各種検証

取組の詳細

② ベータ版継続したアップデート

ベータ版のアップデートを継続しています。オープンデータに関して順次新規公開、YOKOTE DMPへの接続等を行っています。

ダッシュボード画面 DMPデータや各種データを掲載

日付	カテゴリ	項目	値	単位	注
2023-09-15	観光	観光客数	10,000	人	
2023-09-15	観光	観光客数	10,000	人	
2023-09-15	観光	観光客数	10,000	人	

AI分析画面 クローズデータのアップロード等も可能

グラフ等での各種分析結果表示

レポート生成画面

レポート生成
図表選択

利用可能な図表

- 推移チャート
- 連続チャート
- 季節性チャート

AI機能

概要も生成する

キャンセル

事業者が安心安全にクローズデータをアップロードできる
クローズ型クラウド環境&データ分析基盤の
機能を提供予定

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 横手版DMP「YOKOTE DMP」の企画整備・各種検証

■ まとめ

取組前 (before)

- ・既存のDMPがそこまで活用できていないという状況があったため、どのようにすれば事業者が使いやすいDMPを整備できるのかが手探りの状況でした。
- ・データ活用の専門家ではない一般の方々が多数であること、経営層であればデータを見ながら意思決定をする場面があるものの現場のスタッフでもデータ活用ができる状況になることで事業者全体がデータドリブンな経営になると考えているため、スタッフでもデータ活用ができるシステムを整備したいと考えていました。
- ・事業者がデータ活用の障壁を突破できるようなDMPの整備を目指していました。

取組結果 (after)

- ・オープンデータとクローズデータを組み合わせ、データ活用の専門家ではなくてもデータ分析から施策立案までが可能になるAIを組み合わせで整備しました。
- ・一般的なスタッフの方でもデータ活用やデータドリブンな施策をまとめ、データドリブンなコミュニケーションを組織内で取り組むきっかけにすることが可能となりました。
- ・今まで感覚で経営判断をしていた経営層に関しても、より詳細かつ精緻なデータをもとに、的確な経営判断や意思決定ができるようになります。
- ・将来的なデータおよびシステムの拡張性の確保や、データ活用・AI利用におけるセキュリティへの配慮といった観点での整備が重要であると整理しました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 横手版DMP「YOKOTE DMP」の企画整備・各種検証

■ まとめ

取組結果の分析

- ・事業者や現場の意見やニュアンスを整備チームがしっかりと理解し、それらに配慮した形式での機能整備やUIUXの整備を進めることができたため、事業者でも使ってみたいとなるようなDMPを整備することができました。
- ・設計図を作ってから整備するのではなく、整備しながら改善したり、フィードバックをもらいながら機能整備を進めていくことでユーザーファーストな整備アプローチができました。
- ・本実証はあくまでもPoCであり、ここからが地域実装の本格スタートと理解しているため、今後のデータの追加や機能の追加を見据えた構成になっており、データ活用を地域内で進めていく重要な基盤を整えることができました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 横手版DMP「YOKOTE DMP」の企画整備・各種検証

■ 工夫した点・注力した点

・事業者や現場の方とお話をしたり実際に操作をしてフィードバックをいただく際に整備チームのメンバーが同席することにより、ユーザーがどのようなことを考えているのか、印象を持つのか、何が障壁になるのか等を整備側でも適切に把握する場面をできる限り多く設けました。

・オープンデータ化に抵抗のあるデータについては、外部に公開しないクローズドな形で管理したまま、分析に活用できる取扱いとしました。地域内の事業者数や施設数が限られているため、実証開始当初は、データを公開することで特定の事業者の売上や業績が推測されやすくなる懸念があり、データ提供が進まない可能性がありました。そこで、提供に抵抗のあるデータについては、事業者が自らアップロードし、外部に公開されない形でオープンデータと組み合わせ活用できる運用とすることで、参加のハードルを下げました。このような形で、事業者の不安に配慮しながら、地域全体でのデータ活用を段階的に普及させていく方針で取り組んでいます。

・データの専門知識を持たないスタッフでも、データに基づいた分析結果を踏まえ、具体的な施策検討を行えるようになりました。これにより、データを起点とした施策立案やコミュニケーションを、組織内で進めるきっかけとすることができます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組概要：YOKOTE DMPを実際に活用し、地域におけるデータ活用の地域実装に取り組みました。観光関係者や観光関連事業者における活用場面は多々ありますが、来訪している旅行者に関する分析、まだ開拓できていない旅行者層の分析、新たな商品整備やサービス整備、そのほか生産性向上につながるような分析結果等を得て、それらをもとに施策運用等を行う実証に取り組みました。

取組の詳細

①宿泊施設におけるデータ活用と施策提案・運用の実証

横手市内の宿泊施設において横手版DMPを活用し、実際のデータを活用しながら、現場目線での課題と改善策について整理します。データ・ドリブンを考えをレクチャーしながら、データをもとにどのように施策を考えるのか、サポートしながら実証を推進します。

データを活用し、新たな宿泊プランの企画や滞在中のサービス提供、営業プロモーション施策の企画、オペレーション改善等を実施する。

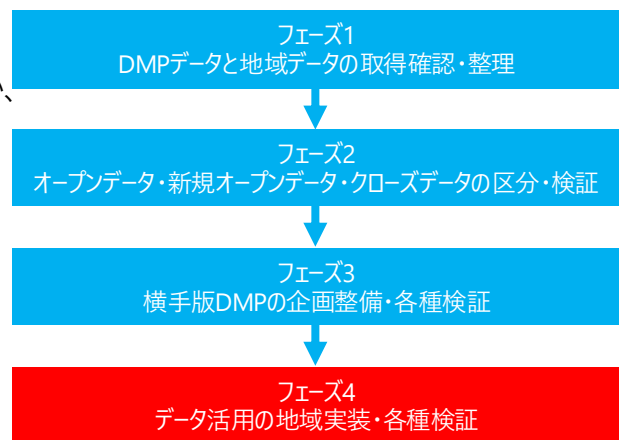
②飲食店におけるデータ活用と施策提案・運用の実証

横手市内の飲食店において横手版DMPを活用し、実際のデータを活用しながら、現場目線での課題と改善策について整理します。データ・ドリブンを考えをレクチャーしながら、データをもとにどのように施策を考えるのか、サポートしながら実証を推進します。

データを活用し、新たな商品やサービスの企画、営業プロモーション施策の企画、メニュー表の改善やオペレーション改善等を実施する。

③データ・ドリブンを活用し、新たな商品サービス整備や観光消費額向上を目指す

宿泊施設と飲食店におけるデータ活用と施策提案・運用の実証を受けて、地域として新たな観光コンテンツの整備や観光消費額向上に向けた取組を加速させる。



個別の宿泊施設や飲食店での実証に加えて、観光消費に繋がるような地域におけるコンテンツ創出や消費額向上施策を企画する。



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

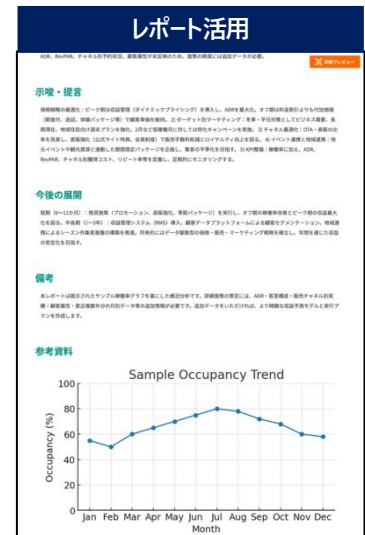
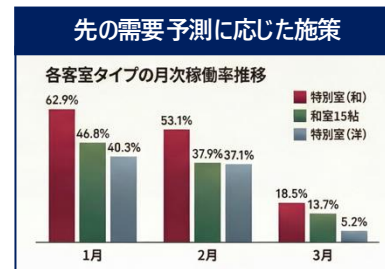
YOKOTE DMP 実証活用事例「宿泊施設」

背景（課題）

同一ホテルグループ内に、ビジネス需要中心の宿泊施設と、高単価・高級路線で家族旅行や温泉旅行などの観光需要を取り込める宿泊施設が併設されています。ビジネス需要は一定ある一方、冬季の稼働率を底上げする必要がありました。また、旅行者向け高級路線の宿泊施設は高単価であることから、比較検討段階で「候補に上がりにくい」という課題があり、ビジネス客中心の利用から、家族・旅行者の獲得へつなげる工夫が求められていました。

活用したデータ

- ・月別稼働率（オープンデータ）
- ・宿泊者数推移（クローズデータ）
- ・客層（クローズデータ）
- ・単価帯の分布（オープンデータ）
- ・高評価ポイントと不満点の傾向（頻出ワード）（クローズデータ）



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

YOKOTE DMP 実証活用事例「宿泊施設」

施策：グループ連動「20周年記念プラン」の企画・展開

DMPを活用し、稼働率や宿泊者数の推移、口コミおよびSNSの反応を分析した結果、冬季に需要の谷がある一方で、「温泉」「食事」「非日常」「家族利用」といった体験価値は高く評価されており、「少しの贅沢」へのニーズは冬季でも一定存在していることが確認されました。

この分析結果を踏まえ、価格を引き下げるのではなく、体験価値を明確に伝えることで「実質的にお得」と感じられる施策として、グループ連動の「20周年記念プラン」を企画・実施しました。

本プランでは、口コミで評価の高かった温泉や食事といった要素をプラン内容や説明文に明示し、家族利用を想定した特別感のある構成としました。

あわせて、WEBサイト、OTA掲載ページ、SNSプロモーションにおいて、「少し贅沢な温泉旅行」「家族で楽しめる非日常体験」という訴求軸に統一して情報発信を行い、高単価施設であっても比較検討段階で候補に上がるよう工夫しました。

本施策の実施により、12月～1月の冬季期間における宿泊者数は、前年同期間比で31%増加しました。あわせて、平均稼働率は前年差18%改善し、冬季売上は前年比224万円の増加となりました。

また、高単価プランの販売比率も前年同期間比で30ポイント上昇し、高単価施設における利用促進効果が確認されました。



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

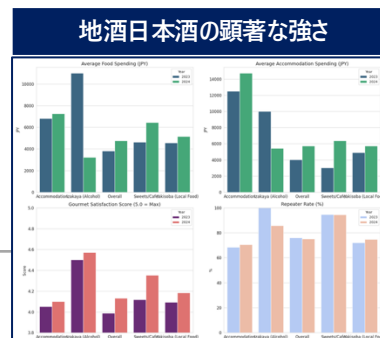
YOKOTE DMP 実証活用事例「居酒屋」

背景（課題）

地酒・日本酒の品揃えが強みで、地域の人気店としての認知が伸びていました。客数や注文内容はDXによりデータ化できている一方で、日本酒の魅力を上売りに結びつける提案は、スタッフの経験に依存している状況でした。データを活用し、「どのお客様に、どの料理と酒を、どのタイミングで勧めると注文が増えるか」を整理することで、日本酒を軸にした売上向上を図る必要がありました。

活用したデータ

- ・メニューデータ：日本酒地酒ラインナップ・料理カテゴリ（オープンデータ）
- ・稼働率：日別曜日別・時間帯別の混雑の状況（オープンデータ）
- ・注文内容や注文数：商品別注文数・セット注文の発生状況（クローズデータ）
- ・利用金額：客単価、テーブル単位の利用金額推移（クローズデータ）
- ・評価・口コミ：満足ポイントと、改善余地の傾向（オープンデータ）



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

YOKOTE DMP 実証活用事例「居酒屋」

施策：日本酒の強みを「注文される導線」に変える取組

DMPを活用し、注文内容や注文数、利用金額の推移、稼働状況、評価・口コミを分析した結果、地酒・日本酒は品揃えの強みがある一方で、注文数の推移から、まだ伸びる余地があることが確認されました。また、料理の満足度は高く、単品では単価が安い料理であっても、その料理を注文したお客様が日本酒・地酒を注文することで、トータルとして客単価が高くなる傾向が見られました。あわせて、口コミの内容からは、日本酒に興味はあるものの、選び方が分からず、選び慣れていない傾向が読み取れました。これらの分析結果を踏まえ、旅行者や宿泊客など日本酒をまだ選び慣れていない層、および刺身や焼き物など料理を楽しんでいる層を主なターゲットとし、日本酒の強みを売上に結びつける施策として、日本酒を軸としたおすすめ提案の整理・展開を実施しました。

本施策では、注文された料理内容に応じたおすすめを用意し、料理提供後や2杯目検討時など、声かけのタイミングを標準化しました。あわせて、日本酒の違いが一言で分かる説明や、興味が湧く短い提案トークを整備しました。

本施策の実施により、冬季期間（12月～2月）において、注文内容に応じたオススメ提案を行うことで、昨年同期間比で売上が4%増加しました。また、1人あたりの客単価は12月から2月までの実証期間で200円程度向上し、料理と日本酒を組み合わせた提案が利用金額の押し上げにつながりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

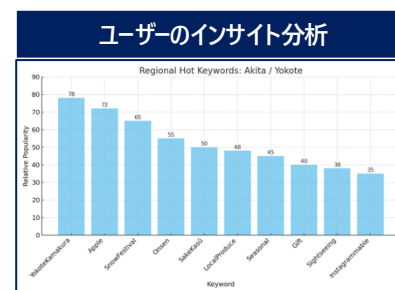
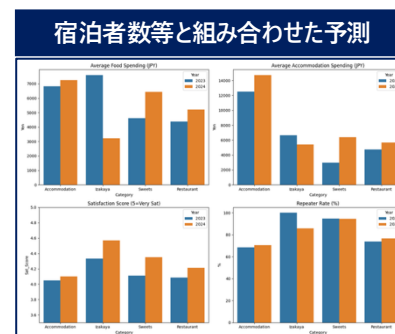
YOKOTE DMP 実証活用事例「菓子店」

背景（課題）

市内常連やイベント時の需要はある一方で、旅行者や「店を目的地にして来店する」新規客を増やしたい状況でした。従来は、売上と工数（作る手間）の関係を十分に整理できておらず、製造数の調整やプロモーションは手探りで行われていました。また、需要の波に対して製造や対応が追いつかない場面がある一方、将来的には大手事業者への依存を減らし、自社ECを通じて顧客基盤を強化していきたいという課題もありました。

活用したデータ

- ・横手への来訪者数や宿泊客数の推移（需要の波）（オープンデータ）
- ・売上と推移（月や曜日別）（クローズデータ）
- ・商品別販売数（月や曜日別）（クローズデータ）
- ・口コミや評価（オープンデータ）



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

YOKOTE DMP 実証活用事例「菓子店」

施策：需要に合わせた製造・商品展開の最適化

DMPを活用し、旅行者数や宿泊客数の推移、売上・商品別販売数、口コミ評価を分析した結果、旅行者や宿泊客が増える時期と店舗売上が伸びる時期に一定の連動が見られることが確認されました。また、売れ筋商品は時期やイベントによって一部に集中する一方で、口コミからは旅行者に評価されている要素も確認されました。

これらの分析結果を踏まえ、旅行・宿泊が増える時期に合わせて製造数や仕込み計画を調整し、需要が少ない時期には新規施策やECなど別チャネルへの取組に注力する方針としました。ターゲットは、旅行者や手土産・ギフト需要層、将来的に店を目的地として来店する可能性のある新規客としました。本施策では、旅行・宿泊データをもとに需要を予測し、製造数や仕込み計画を調整するとともに、売上と工数（作る手間）を整理することで、作る価値の高い商品へリソースを配分しました。あわせて、観光向けの新メニューや限定セットを整備し、口コミで評価されているポイントを反映した店内・SNSでの訴求を行いました。自社ECについては準備段階として、人気商品のセット化や顧客登録につながる導線づくりから着手しました。

本施策の実施により、ニーズに合わせた製造計画や新規メニューの整備が進みました。また、顧客に刺さる商品展開およびプロモーションによって、売上額が冬季期間（12月～2月）前年比5万円増加しました。あわせて、自社ECやプロモーションを自社で運用していくための準備が進み、将来の顧客基盤強化に向けた土台づくりにつながりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

YOKOTE DMP 実証活用事例「レストラン」

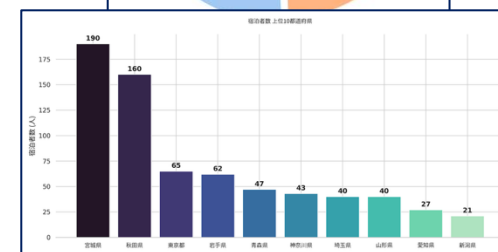
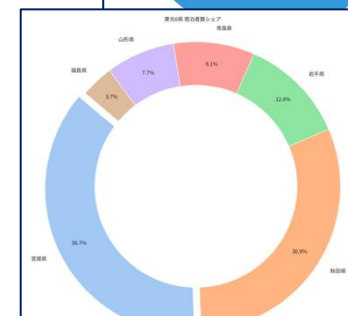
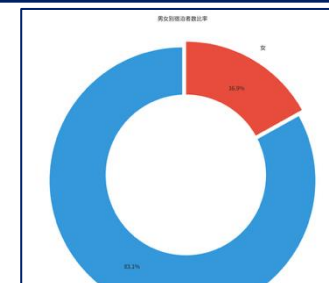
背景（課題）

宿泊施設・サウナ施設を併設し、宿泊客数は安定して増加していました。一方で、レストランは改装により空間価値が向上したものの、時間帯によってスタッフの稼働にばらつきがあり、利用の少ない時間帯では人件費のみが発生している点が課題でした。また、宿泊客がチェックイン後に施設内で過ごす選択肢が限られており、滞在価値を高める余地がありました。

活用したデータ

- ・横手への来訪者数や宿泊客数の推移（需要の波）（オープンデータ）
- ・客単価や売上推移（クローズデータ）
- ・メニュー（オープンデータ）
- ・口コミや評価（オープンデータ）

宿泊者属性データとも組み合わせた施策展開



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

YOKOTE DMP 実証活用事例「レストラン」

施策：空き時間帯を活用したカフェ営業の試験導入

DMPを活用し、旅行者数や宿泊客数の推移、売上、口コミを分析した結果、ランチ・ディナー以外の時間帯、とくに15時～17時に売上がほぼ発生していない一方で、チェックイン前後の宿泊客やサウナ利用者に対する滞在価値提供の余地があることが確認されました。

これらの分析結果を踏まえ、売上が発生していない時間帯を活用し、最小工数で実施可能なカフェ営業を試験的に導入する施策を実施しました。

ターゲットは、チェックイン前後の宿泊客、ビジネス客、サウナ利用者、および近隣の休憩需要としました。

本施策では、メニューを絞りオペレーションを簡素化した形でカフェ営業を開始し、宿泊プランや館内導線と連動した案内を行いました。

あわせて、カフェ利用からレストランでの食事や物販へつながる導線を設計し、時間帯データをもとにスタッフ配置を調整することで、稼働の平準化を図りました。

本施策の結果、チェックイン前後の宿泊客やサウナ利用者がカフェ利用を行い、5万円の売上がありました。あわせて、同時時間帯のスタッフ稼働に対する売上効率が改善し、売上がほぼ発生していなかった時間帯を収益機会へ転換することができました。また、カフェ利用からレストラン利用や物販への導線が機能し、飲食・物販を含めた施設内消費の増加が見られました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

取組の詳細

事業者別の実績数値

番号	事業者名	施策	成果 (KGI数値)
1	宿泊施設A	キャンペーン企画・プロモーション改善・OTA掲載内容改善 コミュニケーション改善	351万円
2	宿泊施設B	キャンペーン企画・プロモーション改善・OTA掲載内容改善 コミュニケーション改善	280万円
3	宿泊施設C	プロモーション改善・OTA掲載内容改善・コミュニケーション改善	70万円
4	宿泊施設D	プロモーション改善・OTA掲載内容改善・コミュニケーション改善	20万円
5	宿泊施設E	プロモーション改善・OTA掲載内容改善・コミュニケーション改善	72万円
6	レストランA	リソース調整・カフェ営業転換・プロモーション改善	5万円
7	菓子店A	リソース調整・新商品整備・プロモーション改善	5万円
8	居酒屋A	コミュニケーション改善・プロモーション改善	10万円
9	居酒屋B	キャンペーン企画・コミュニケーション改善・プロモーション改善	33万円
10	宿泊施設F	プロモーション改善・OTA掲載内容改善	13万円

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

■ データ活用

1.データの収集

- 既存の2つのDMPと既存の調査データ等からのデータを接続（秋田県観光DMP・東北観光DMP）
- 事業者（宿泊・飲食）からのデータを収集・接続（9施設）
- 事業者側でクローズデータとしてのデータをアップロード（収集は行わないが活用する）

2.データの蓄積

- YOKOTE DMPへの蓄積・データ連携
- 横手市観光推進機構のWEBまたはYOKOTE DMPのサイトでのオープンデータの公開
- 事業者側のクローズデータを管理・分析するための仕組み整備

3.データの活用

- データ活用による宿泊予測や来訪予測
- データ活用によるマーケティング活用（プロモーション・新規メニュー整備など）
- データ活用によるレベニューマネジメントや管理最適化・業務効率化

4.活用による効果

- YOKOTE DMPにより今まで活用されていなかったデータがオープンになる他データ活用機会が増加しました。
- オープンデータとクローズデータをAIを活用して分析することで、今まで見えてなかった消費傾向が判明し、施策に活用されて地域として消費金額が増加しました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

■ まとめ

取組前 (before)

- ・事業者ならではの視点やクローズデータの提供によりDMP側でどのような分析や施策立案ができるのかが心配でした。
- ・実際に活用できる施策やキャンペーン提案ができるのかが分かりませんでした。
- ・データ分析の専門家ではない一般のスタッフさんがどの程度活用できるのかが不安でした。

取組結果 (after)

- ・一通りの活用の仕方のレクチャーを行ったことで多くの事業者で実際に操作いただくことができ、改善点等を含めた率直なフィードバックが回収できました。
- ・さまざまな分析や施策立案まで体験いただき、データ活用に関する有効性やメリット等について体感いただきました。
- ・今まで感覚に頼っていたところがデータによる裏付けがあることで意思決定に自信を持ったり、DMPから提案された施策をもとにキャンペーンを試したりすることで売上増加やお客様の満足度向上などの成果を生み出すことができました。
- ・チャット形式やデータ添付など普及したAIの形式に合わせたUIUXにすることで多くのスタッフさんが活用できていました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

■ まとめ

取組結果の分析

・本格的な実証の前にもフィードバックを集めながらDMP整備に取り組んでいたこともあり、一般のスタッフさんでもスムーズに活用することができていました。

・こんなことができないか？で止まっていたアイデアや改善できないか考えていた課題等をデータを活用して具体化させたり改善策を出すことで、より現実的な施策に落とし込むことができ、施策を実行に落とすハードルが下がったり、実行力が増し、PDCAに取り組みやすくなったと言えます。

・伸び代をしっかりと伸ばすことのできる施策の実行が成果につながったと言えると思います。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

■ 工夫した点・注力した点

- ・メール等でYOKOTE DMPのリンクを共有するだけでなく、実際に店舗や施設に伺い、直接操作や活用手法について説明を行い、具体的な施策に落とし込めるまで伴走支援を行いました。
- ・感覚に頼った判断やなんとなくの施策立案が多かったが、それらのアイデアや意見を否定するのではなく、AIを活用しながらデータによる裏付けを加えた施策にブラッシュアップし、それらの施策案をもとに実施いただきました。
- ・実際に活用していく中で分析がうまくいかない場面等があったが、AIのチューニングやプロンプトの出し方を工夫することで、AIの能力を引き出し、活用することのできるアウトプットを引き出せるようにしました。
- ・オープンデータの活用ももちろんですが、クローズデータをアップして分析することで、より解像度が高いお店や施設に特化したデータ分析結果や施策案が出せるようになっているようです。

3.実証事業

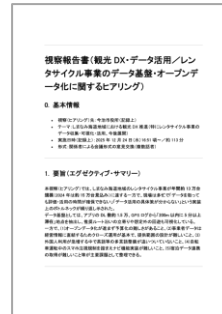
(3) 各取組の詳細

取組④ YOKOTE DMPを活用したデータ活用の地域実装・データ分析結果を受けての施策運用

■ 先進地域と本年度採択の他地域の視察とディスカッション

観光DXの先進地域である愛媛県今治市の「しまなみ観光DXコンソーシアム」（2023年度採択）と今年度採択で地域実装が進んでいる「廿日市市観光DXコンソーシアム」（2025年度採択）を視察しました。

廿日市市観光DXコンソーシアム



取組内容

- ウェブアンケートを用いた旅行者のデータ収集、オープンデータ化
- 飲食店、宿泊事業者による経営の最適化等、事業者によるオープンデータを活用した施策実施
- 情報発信等による観光施策の市民への理解促進

しまなみ観光DXコンソーシアム



取組内容

- レンタサイクルの利用者に対しスマートフォンアプリを通じて、地域の情報発信や予約システム・デジタル決済を提供
- 旅行者の利便性を向上させるとともに、地域への再訪を促すことで消費拡大

4.総括

(1) 実証事業の結果

KGI・KPIの進捗結果

KGI：観光消費額伸長 最終値：100万円

KPI：協力店舗・施設数 最終値：5

	目標項目	数値	各月の目標値/実績								最終実績
			7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
KGI	観光消費額伸長	100万円	0	0	0	25万円	50万円	75万円	100万円	100万円	100万円
	実績	0（該当月までの累計）	0	0	0	0	0	233万円	638万円	859万円	859万円
	進捗率(%)	100%	0%	0%	0%	0%	0%	233%	638%	859%	859%
KPI	協力店舗・施設数	5	0	0	0	2	3	4	5	5	5
	実績	0（該当月までの累計）	0	0	0	0	0	10	10	10	10
	進捗率(%)	100%	0%	0%	0%	0%	0%	250%	250%	250%	250%

KGI・KPIの進捗結果の分析

〈内部要因〉

- 市政20周年やその他観光関係事業が例年より多く、稼働やリソース等が不足していたためスムーズに進められない場面があったものの、YOKOTE DMPの整備はアジャイル形式で進められ、最終的には関係値のある事業者と効果的な実証内容に取り組むことができました。

〈外部要因〉

- 実証のタイミングとして冬期の来訪者数や消費金額が落ち込むタイミングとなったものの、伸び代のある期間でもあることから、刺さる効果的な施策を実施することで成果に結びついたと考えています。

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)

冬期間（12月～3月頃）の旅行者数が少なく、宿泊施設等においても稼働率の低迷がある状況でした。（雪祭り期間のみは満室）

インバウンドが秋田県から入っても県内に宿泊せずに周辺自治体へ流れており出入りだけの通過型の旅行者が多い状況でした。

アクティビティや体験コンテンツを含め、市内において観光消費金額を向上させるための商品サービス整備や販促ができていない状況でした。

取組後 (after)

課題に対してざっくりとした認識だけではなく、データドリブンで解像度の高い課題認識ができるようになりました。AIを用いた高度な分析により、具体的なマーケティング施策や業務効率化施策の立案・実行にもつながっています。

データを活用した分析により旅行者や関心を寄せる層に刺さるプロモーションや企画等の施策について、具体性を持った提案や検討ができるようになりました。合わせて、稼働率等の状況によって適切な運営や効率化施策が考えられるようになりました。

スタッフでも稼ぐ視点を大事に、消費金額向上のためのデータ活用に対して積極的になりました。

稼ぐ観光を実現していくための新たな商品サービス整備や既存からの改善施策、各種販促等の取組に対して経営層だけではなくスタッフも積極的になりました。

4.総括

(2) 事業の考察

成果

地域内におけるデータ活用機会の増加と消費金額増加

1) 「データ整備」から「意思決定の自動化・半自動化」へ進めることができました。

本事業の価値は、データを集めること自体ではなく、データが現場の意思決定に使われ、施策に落ち、継続的に改善できる状態を整えた点にありました。

また、AIの活用により、データの整理・統合・分析・示唆抽出の負荷を下げながら、意思決定の速度と精度を高めることが可能になり、今後観光の現場でも当たり前になるAI活用を前提にした「観光DXの運用基盤づくり」として意義が大きいと考えています。

2) DMP×地域データにAIを組み合わせることで、高度な分析と施策設計が具体化しました。

DMP等の広域データは俯瞰に強い一方、地域の現場施策（宿泊・回遊・消費）に落とし込むには、予約・稼働・属性・口コミ等の地域データが不可欠です。これらを統合したうえでAIを用いることで、様々な観点や分析手法を用いた高度な分析が可能になり、データ分析の専門家ではない一般スタッフでも実務にも直結する結果を得ることができるようになります。

- ・需要予測（曜日・季節・イベント・天候等）
- ・セグメント抽出（誰が来ているか／どの層が伸びしろか）
- ・施策の当たり筋推定（何を訴求すると反応が上がるか）
- ・異常検知（急落・急増の早期把握）

結果として、キャンペーンや商品造成を「勘と経験」だけでなく、根拠を伴う仮説として設計できるようになります。

4.総括

(2) 事業の考察

成果

地域内におけるデータ活用機会の増加と消費金額増加

3) 「データの使い道」を先に決めて進めました。

結果論ではありますが、本事業では、データや仕組みを作ること自体が目的ではなく、「何を良くしたいか（稼働率、回遊、消費など）」を先に決めたいうえで、必要なデータを集め、分析し、施策につなげる流れを作れた点が大きな成果と言えます。

観光データは、見えるようになっただけでは現場の行動は変わりにくいため、「見て終わり」ではなく、「次に何をするか」まで落とし込むことが重要です。

- 例)
- ・どの時期・曜日が弱いかを確認し、対策を考える
 - ・どんなお客様が多いかを捉え、伝え方（訴求）を変える
 - ・施策の結果を見て、良かった点・改善点を次に活かす

といった、改善のサイクルを回せる手応えが得られました。

AIは、その過程での集計や整理、気づきの抽出を助け、少ない負担で判断を早める役割として有効だと考えられます。

4.総括

(2) 事業の考察

成果

地域内におけるデータ活用機会の増加と消費金額増加

4) 「継続して回す仕組み」と「広げ方」を整えます。

次年度以降に向けては、今回の成果を一過性にせず、継続して活用できるようにするために、運用のルールを整え、参加者を増やしていきたいと考えています。特に、施設や事業者ごとにデータの取り方や表し方が違うと、オープンデータ化したとしても、比較や分析が難しくなるため、最低限の共通ルールが必要になります。

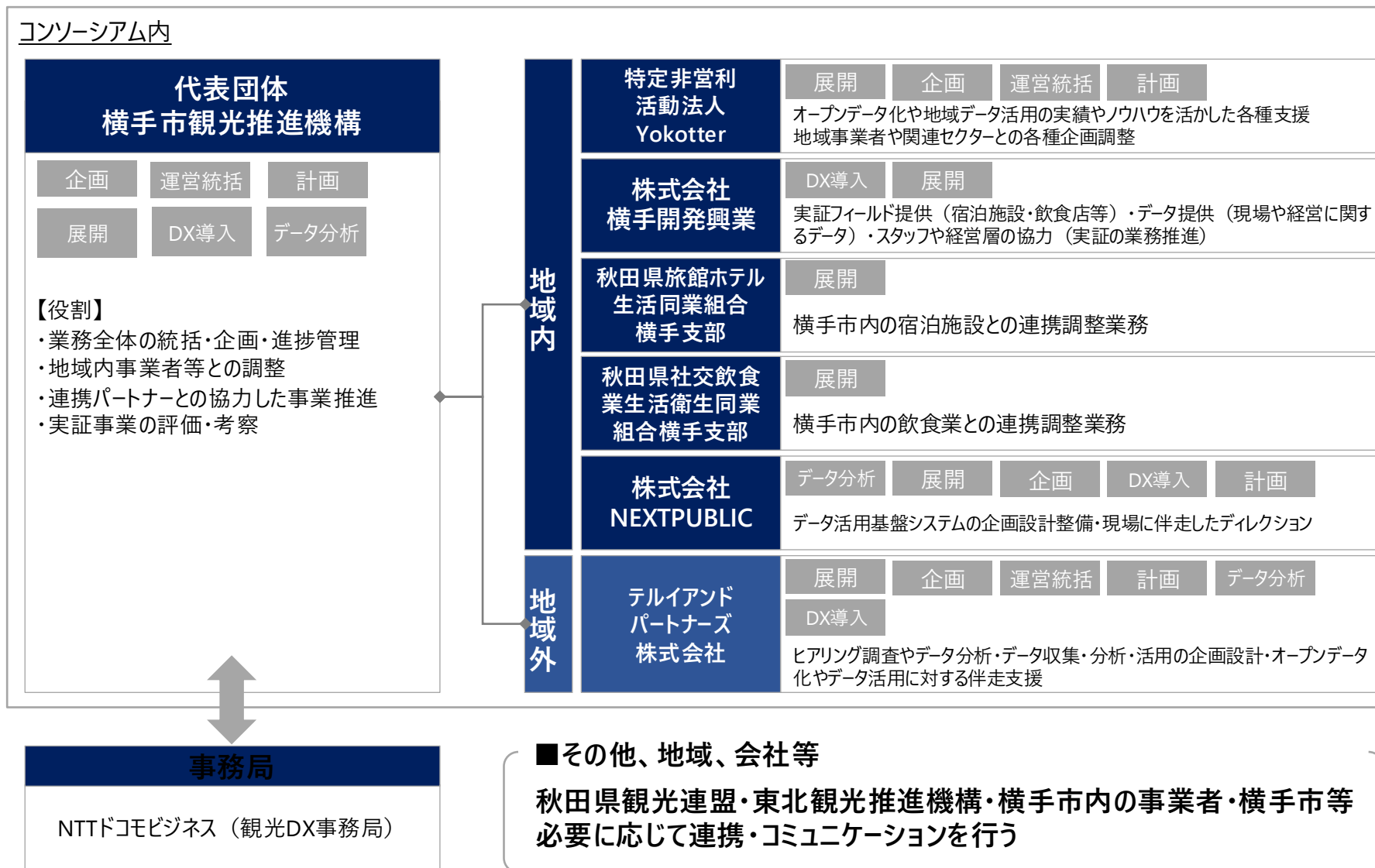
具体的な想定は以下です。

- ・データの項目や数え方をそろえる（何を稼働率とするか等）
- ・欠けているデータを減らす（入力・更新の手順を分かりやすくする）
- ・公開してよい範囲を決める（事業者が安心して協力できる形にする）
- ・誰が何を担当するかを明確にする（集める／見る／施策にする／振り返る）

これらを整えることで、宿泊だけでなく、体験・飲食などにも段階的に広げやすくなり、横手市の観光ネットワーク全体として「データを使って観光を良くする」取組を継続・発展させていけると考えています。

5.実施体制

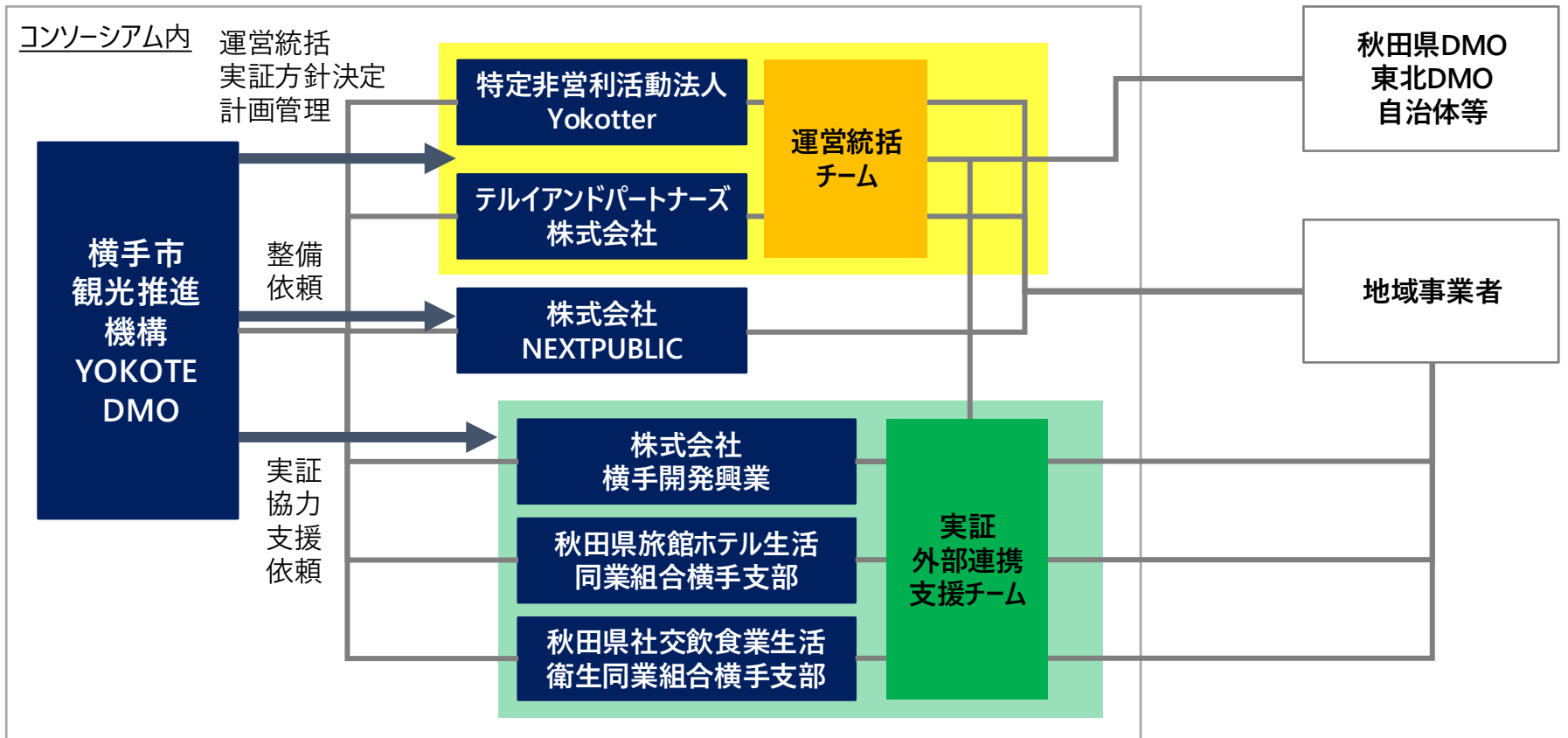
(1) 体制図



5.実施体制

(2) 各メンバーの役割

主体となるDMOだけではなくデータ活用や事業者連携に強いチームにて運営統括を行いながら、整備チームとも連携する体制を整えています。また、運営統括チームと実証を支援する外部連携のチームとも連携し、地域事業者との連携ができるだけスムーズに実現できるように構成。今後の地域実装が進んでいく際にも効果的かつ持続性が高く維持できるような役割分担となっています。



6.今後の展望

取組の展開・拡大方針

今年度の実証では小規模でのモデルケース創出と検証が最優先だったため地域内全体での展開は未実施であり、今後は今年度の成果をもとにして多くの事業者と連携し、地域内でのデータ活用の推進に取り組んでいく方針です。運営体制については継続して協力して維持していくことで合意しています。

システム等の運用体制

横手市観光推進機構が中心となりながら、システム等に関して関係者で連携し合いながら運用を継続する方針です。

取組継続のための財源確保方針

短期的な実現が難しい可能性があるが、DMOの会員向けのサービスとして提供し、会費や会費に上乗せするオプション形式での提供による財源確保ができないか検討を行っています。大きくコストを必要とする整備のイニシャルコストは本事業で確保できたため、維持と改修の部分にて自走できるように工夫する方針です。

データ収集・分析・活用体制

データ提供が可能な事業者を増やしていくことで、提供いただくことのできるデータが増える可能性があるほか、分析の質も向上が期待できるため、継続して事業者連携によるデータ収集を行います。

7.おわりに

本実証事業では、秋田県横手市において、観光DXを進めるための「データ活用の基盤づくり」に取り組みました。具体的には、DMPデータと地域データの整理を出発点に、データをオープンデータ（既存DMPのデータ）・新規オープンデータ・クローズデータに区分し、横手市観光データ分析基盤プラットフォーム「YOKOTE DMP」の企画整備と、地域での活用（地域実装）につながる流れを実証しました。

データ活用は、作って終わりではなく「現場で使われて、施策に反映され、振り返りができる」状態になって初めて価値が生まれます。そのため本事業では、地域の観光関係者がデータを見て分析できる形と、事業者固有のデータも組み合わせで深掘りできる形の両方を視野に入れ、地域目線と事業者目線を行き来できる設計を目指しました。

また、今後はAIの活用により、データ整理や分析結果の要点把握、気づきの抽出といった作業負荷を下げながら、判断や改善のスピードを高められる可能性があります。

本事業で整えたデータの扱い方（区分や運用の考え方）は、そうしたAI活用を現場の実務に取り入れていくうえでも、重要な基盤になると考えています。

【他地域で実施する際に留意するポイントのご提案】

- ・最初に「何を良くしたいか」を決める（稼働、回遊、消費、生産性など）
- ・公開できる範囲を早めに整理する（オープンデータ・クローズデータ）
- ・「見て終わり」にしない運用を作る（定期的の確認→打ち手→振り返りを行う）
- ・最初は取り組みやすい領域から始める（宿泊など、データが比較的揃いやすい領域など）

最後に、本実証にあたりデータ提供や検証にご協力いただいた地域事業者、関係機関の皆様にご挨拶申し上げます。本成果報告書が、今後観光DXに取組地域にとって実務的な参考となり、各地の持続的な観光地経営の一助となることを願っています。