

観光DX推進による地域活性化モデル実証事業

①地域活性化の好循環モデル

AI需要予測を含む総合型マーケティングプラットフォーム構築

2026年3月3日
佐渡観光DXマーケティング推進コンソーシアム

【目次】

1. はじめに
 - (1) 地域の魅力と特徴
 - (2) 実施体制について
2. 地域が目指す姿・事業概要
3. エグゼクティブサマリ
4. 取組内容
6. 総括・今後の展望

1. はじめに

(1) 地域の魅力と特徴

魅力

佐渡島は世界文化遺産「佐渡島の金山」をはじめとする歴史文化と、海・山・里が織りなす四季折々の自然が共存する日本海側で最大の離島です。伝統芸能や食文化も色濃く残り、魅力に富んだ観光地です。

特徴

- 日本海側最大の離島として、多様な自然景観と地域ごとに異なる文化が共存する島です。
- 世界文化遺産「佐渡島の金山」を有し、歴史と文化を体感できる観光資源が集積しています。
- 年間約50万人が訪れる観光地として、自然・歴史・食を目的に幅広い層を集客しています。



1. はじめに

(2) 実施体制について

コンソーシアム名

佐渡観光DXマーケティング推進コンソーシアム

実施主体

■ 代表団体／企業：佐渡観光交流機構

新潟県佐渡市にある一般社団法人佐渡観光交流機構。平成30年4月に（一社）佐渡観光協会と（一社）地域交流ネットワークの合併で発足し、観光庁認定の観光地域づくり法人（DMO）として佐渡全域の観光振興を担っています。

活動としては、地域資源の掘り起こし・情報発信や市場調査、誘客プロモーション、観光案内所運営、着地型旅行商品開発など、多岐にわたる事業を通じて佐渡の価値向上と持続可能な観光地づくりを推進し、地域の稼ぐ力を強化することに貢献しています。

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

■ 本事業の背景と目的

佐渡島は年間約50万人が訪れる観光地ですが、季節ごとの繁閑差による事業者の人材・在庫管理の課題や、多様化する観光ニーズへの対応不足、さらには事業者のDX化の遅れ等が顕在化しています。

本事業では、観光データの収集・分析および活用体制を整備し、DMOを中心とした「**データドリブな観光地経営**」への転換を図り、旅行者と地域の事業者双方にとって魅力的な観光地へと進化していくことを目指しています。

Before



- ・観光ニーズ多様化への対応不足
- ・繁閑差による経営非効率
- ・需要予測ができない
- ・データ活用不足
- ・DX未導入

After



- ・効果的な誘客
- ・繁閑差の緩和（需要予測）
- ・人員配置最適化
- ・満足度向上
- ・持続可能な観光経営

2. 地域が目指す姿・事業概要

事業概要

本事業では、観光需要の多様化や繁閑差といった課題を解決するため、佐渡汽船株式会社と連携して旅行者情報をリアルタイムに取得する仕組みを整備するとともに、AIを用いた観光需要予測システムを整備しました。

これにより旅行者の満足度向上と事業者の業務効率化を両立する「**統合型観光マーケティングプラットフォーム**」を整備しました。

実証内容

本事業では、佐渡汽船と連携して旅行者属性をリアルタイムに取得し、宿泊や体験アクティビティ等の既存データと統合した観光マーケティング基盤「観光DMP」を整備しました。さらに、AIによる需要予測を導入することで、事業者の皆様の人員配置や仕入れの最適化を支援できる仕組みを整えました。

加えて、DMPを活用したプロモーションによって秋期の旅行者増加を図り、繁閑差の縮小を目指します。

また、「史跡 佐渡金山」においては、混雑期にデジタルチケットの販売を促進することで、オーバーツーリズムの緩和と旅行者の満足度向上に繋がりました。

3. エグゼクティブサマリ

1. 地域の目指す姿と本事業の取り組み

【課題と目指す姿】：実証前は、経験則に基づく広告運用や、地域ごとのリードタイムが不明確な一律配信など、「過去の実績」を後追いで確認することしかできず、未来の予測に基づく経営判断が困難であることが課題でした。

本事業では、島への入り口が航路に限定される佐渡独自の特性を活かし、高い網羅性を持つ観光マーケティング基盤の構築を目指しました。データに基づき、プロモーションの最適化や需要に応じた柔軟な現場運営（人員配置・仕入れ等）を可能にすることで、地域観光の中長期的な競争力強化を図っています。

【具体的な取組内容】：佐渡では季節による大きな繁閑差、経験則に頼った集客が課題となっていたため、本事業では、佐渡汽船の予約データと連携した「観光DMP・AI需要予測システム」を整備し、データを活用した観光事業者および行政・DMOにおける意思決定や業務の効率化を図るための基盤を整備しました。

2. 実証事業による成果

佐渡汽船の予約データとリアルタイムに連携し、入込傾向を早期に把握できる「観光DMP・AI観光需要予測システムの整備」を行いました。

・**戦略的プロモーションの実行**：予約・属性データを即時分析し、地域別の予約リードタイム（関西・東海35～40日前等）に合わせたスライド配信や、客層変化（若年層・カップル等）に即応したクリエイティブの最適化を実施しました。

・**事業者の課題の解決実証**：「佐渡金山」でのCRM連携による混雑緩和や、「尖閣湾揚島遊園」における画像解析AIを用いた滞在可視化など、デジタル技術による現場課題の解決に取り組みました。

3. 今後の深化・拡大に向けた展望

今後の課題の解決と中長期的な目標達成に向け、本事業の取り組みをさらに深化・拡大させていきます。

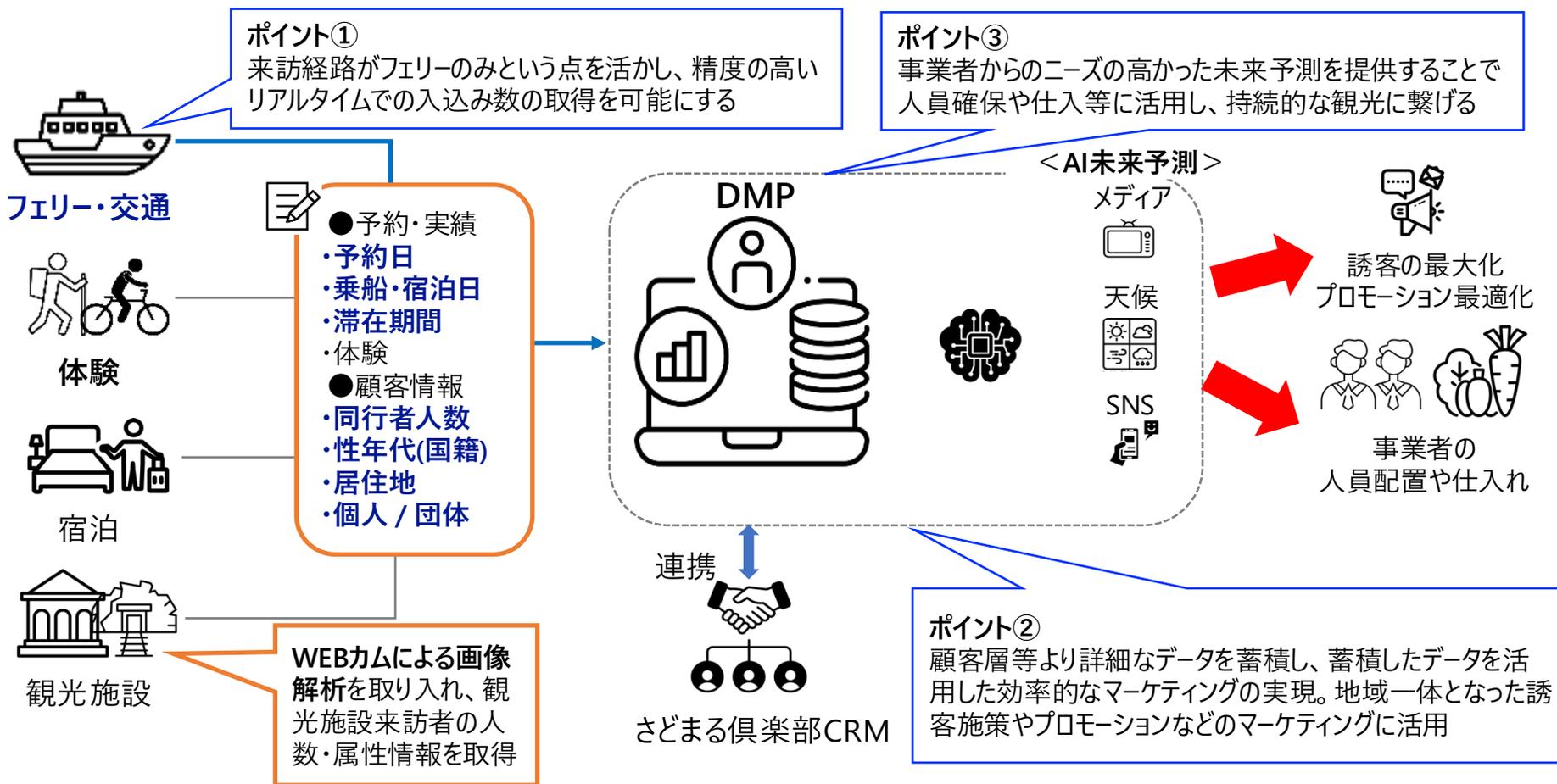
① **実証モデルの島内横展開と取り組みデータの精度向上**：佐渡金山での混雑緩和や尖閣湾揚島遊園での滞在可視化といったロールモデルを固め、島内の他施設へ拡大します。同時に、取り組みデータや、画像解析カメラの取得データの精度向上を図り、高精度な分析が可能な基盤を構築します。

② **AI予測モデルの精緻化とデータ活用拡大**：運用を通じて蓄積された実績値をAIにフィードバックし、予測精度をさらに向上させます。事業者が予測値を日々の運営判断（人員配置や仕入れ）に活用し続けられるよう、協議会を立ち上げ、それを通じて活用の標準化を図ります。

③ **島内周遊パターンの解明と誘客の最適化**：来訪データと、DMOが所有する体験、宿泊などのデータを統合し、来訪者の行動パターンの解明を進めます。ターゲット層への直接的な訴求を強化し、誘客の最適化を図ることで、地域全体の満足度向上と経営判断の効率化を目指します。

4. 取組内容

事業の全体像



4. 取組内容

目標

Goal：佐渡の最大の課題である繁閑差を平準化する。秋の旅行者数増加を図る

KGI：9-11月の入込数：148,807名 (昨対比：114%) ※秋と夏の繁閑差：-9%以内(R1・5・6平均：-9.4%)

KPI：秋向け広告のリーチ数：17,137,126 imp

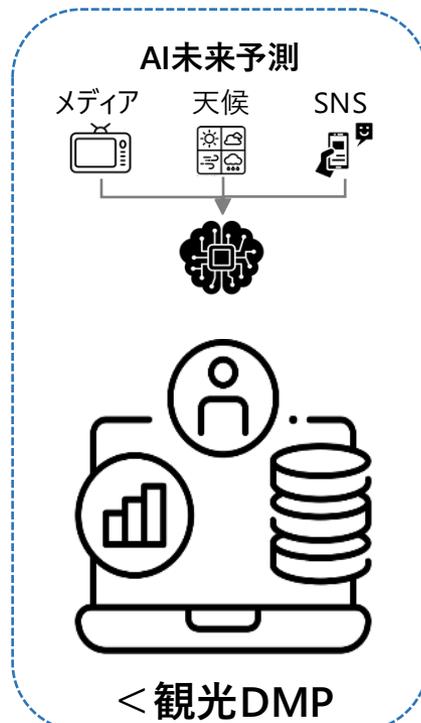
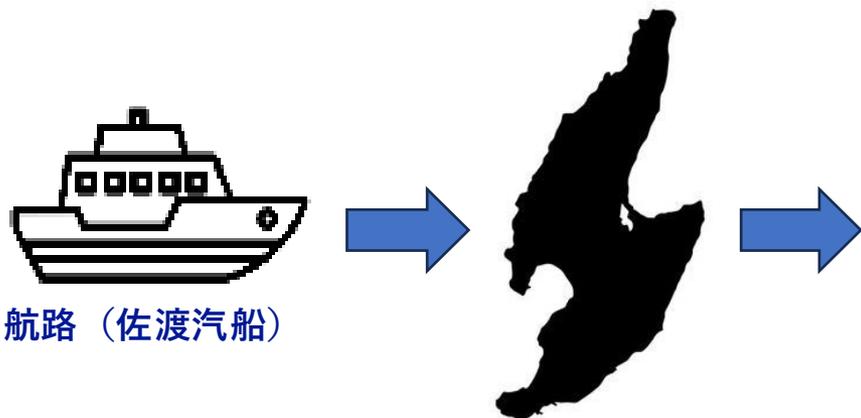
取組	取組概要
取組① リアルタイム取得型 観光DMP・AI観光需要予測システム整備	本事業では、佐渡汽船の予約・発券データと連携し、旅行者数や顧客属性（年齢、性別、居住地等）をリアルタイムで取得する仕組みを導入しました。これらのデータをDMOが保有する宿泊・観光施設・体験アクティビティ情報と統合し、高度な分析が可能な「観光DMP」として運用を目指しました。さらに、データを基にAIによる観光需要予測を行い、未来の旅行者数や属性情報の可視化することで、事業者の人員配置や仕入れといった経営判断の効率化を支援できる体制を整えました。
取組② 誘客に向けたマーケティング効率化 (秋期の誘客強化)	取組①で整備した観光DMPで取得した来訪・予約データをもとにターゲットを明確化し、佐渡市の晩秋向け広告や、DMOによる秋期のデジタル広告の精度を向上させます。これにより9～11月の誘客を最大化し、夏と秋の繁閑差を縮小して季節波動的平準化を図りました。
取組③ DMPを活用した「史跡 佐渡金山」のオーバーツーリズム対策	取組①で整備した観光DMPを活用し、夏の「史跡 佐渡金山」で発生していた窓口の大行列を解消するための実証を行います。従来手売り中心だった入場券を、佐渡汽船の予約完了メールや会員メールを通じてデジタルチケット購入へ誘導し、混雑緩和と業務効率化を図りました。
取組④ 事業者のデータ活用による業務効率化、売上拡大施策	取組①で整備した観光DMPを活用し、事業者にはデータや分析結果を提示し、協議を進めながら、実施可能な施策を行いました。西三川ゴールドパーク、尖閣湾揚島遊園、NIPPONIA佐渡相川 金山町との協議を行いました。具体的な施策実行には至らず、尖閣湾揚島遊園に絞ってイベント誘客の効率化を図ることを目指しました。今後については業種ごとに事業者を集めて協議会を立ち上げ、業務効率化や売上拡大につながる施策の立案・実証を進めます。

4. 取組内容

取組① リアルタイム取得型 観光DMP・AI観光需要予測システム整備

<これまでの課題>

- ・多く観光データが収集できているが点在
- ・データが過去実績の後追いのみ
- データ活用が進んでいない状況



佐渡汽船の予約・発券データと連携

- ① 3ヶ月先までの予約状況
 - ② 来訪者数や顧客属性
(年齢、性別、居住地etc...)
 - ③ AIによる予測データ
- リアルタイムでのデータ反映

誘客の最大化
プロモーション最適化

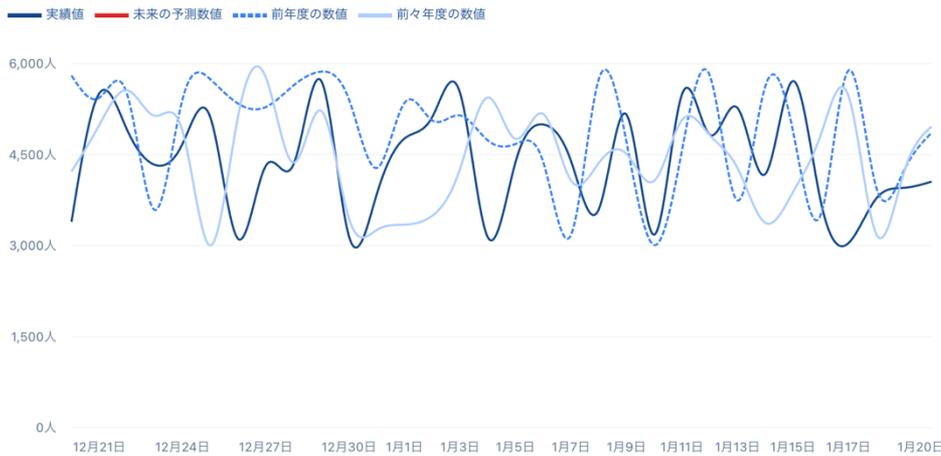
事業者の
人員配置や仕入れ

4. 取組内容

取組① リアルタイム取得型 観光DMP・AI観光需要予測システム整備

入島者予測

月単位 日単位 2025-12-20 ~ 2026-01-20 この期間で表示



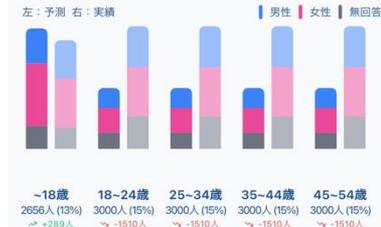
入島者数
15,151人
前年度実績 14,800人

平均滞在日数
3.2日
前年度実績 2.5日

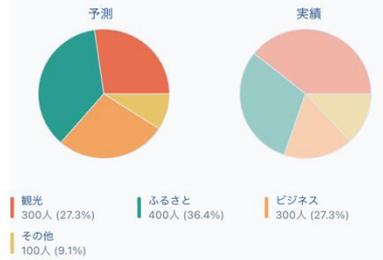
佐渡汽船予約数
100件
前年度実績 180件

入島観光客ユーザーセグメント

年齢別グループ



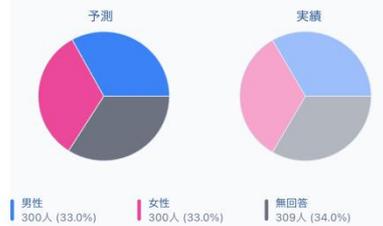
入島目的



居住地分布



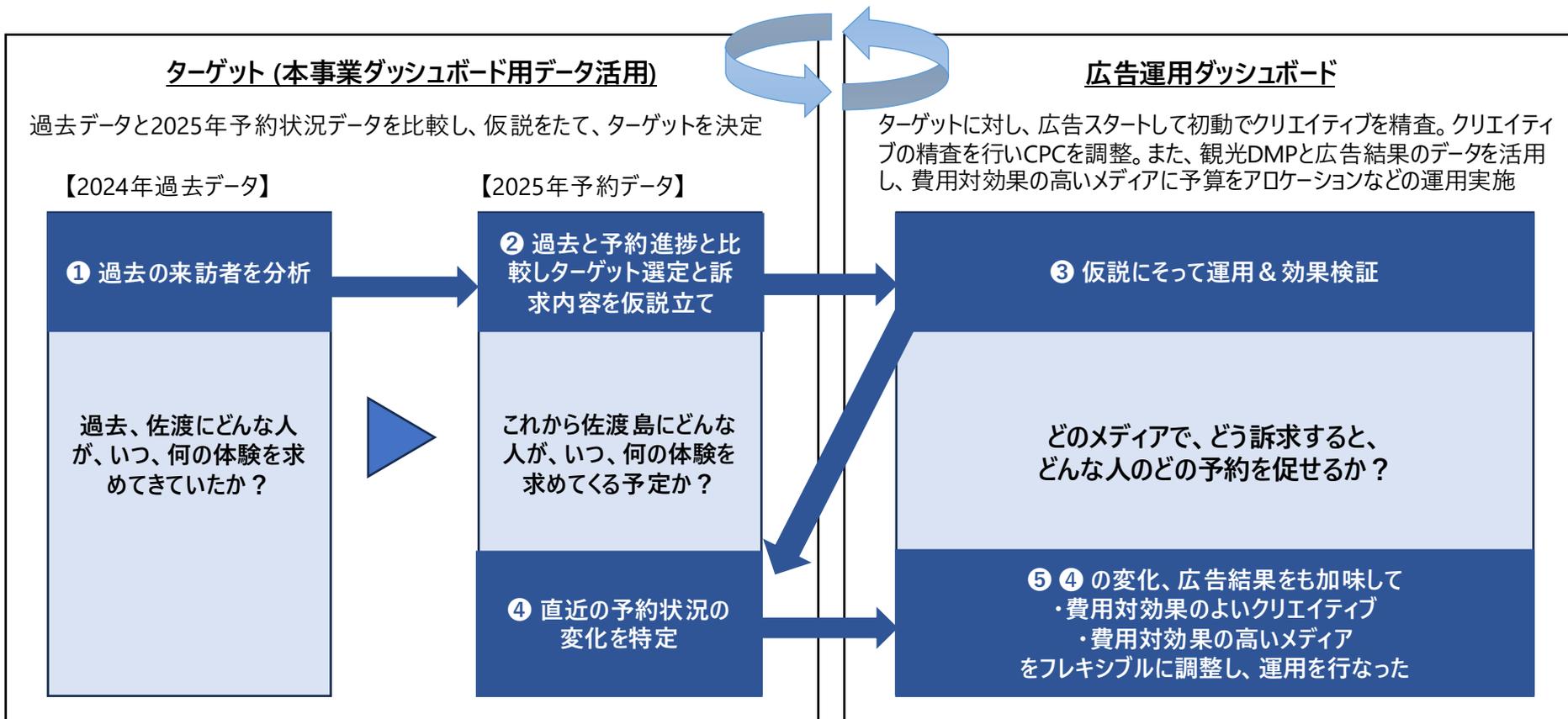
性別分布



4. 取組内容

取組② 誘客に向けたマーケティング効率化（秋期の誘客強化）

佐渡観光の最大の課題である繁閑差を埋めるため、データ活用による秋期の誘客プロモーション強化に取り組んだ



4. 取組内容

取組② 誘客に向けたマーケティング効率化（秋期の誘客強化）

▼ターゲット

●首都圏・関西の2人旅

- ・首都圏・関西在住 (21%)
- ・2人旅 (17.2%)
- ・50、60代 (2.6%)

全体における 6.3%

●新潟県内のグループ旅行

- ・県内 (14.2%)
- ・グループ (30.8%)
- ・50、60代 (18%)

全体における 4.6%

●首都圏・関西のグループ旅行

- ・首都圏・関西 (21.3%)
- ・グループ (30.8%)
- ・20、50、60代 (5.4%)

全体における 5.1%

●首都圏の家族旅行

- ・首都圏・関西在住 (13.3%)
- ・2人旅 (17.1%)
- ・30、40代 (12.1%)

全体における 1.9%

データ活用による精度の高いターゲット選定

ターゲットエリアの予約リードタイムを特定し、
エリア別にプロモーションの投下時期を調整

- ・関西・東海 35～40日前
- ・首都圏 28～30日前
- ・新潟県内 23～26日前



データ活用による精度の高い
リードタイム特定

適切なターゲット選定とターゲットにあった時期や訴求内容でプロモーションを行なったことで

KPI：広告のリーチ数 17,137,126 imp → **実績 60,622,782 imp**（達成率 **352.5%**）

KGI：9-11月の入込数 148,807名 → **実績 147,264名**（達成率 **99.0%**）※前年比112.8%

今後も分析を進めながら、さらに運用精度を高められようPDCAに活用

4. 取組内容

取組③ DMPを活用した「史跡 佐渡金山」のオーバーツーリズム対策

「史跡 佐渡金山」では、夏の繁忙期、世界遺産登録に伴う来訪急増により窓口で最大40分待ちの行列が発生し、旅行者の満足度低下に加え、現場スタッフの業務負荷が大きくなっていた

「史跡 佐渡金山」における混雑緩和を通じて窓口業務の負担軽減、および来訪者満足度の向上を目的にCRM施策実行

- ① DMP活用による混雑時期を事前に特定
- ② 混雑時期の来訪者を含む対象者にメールでデジタルチケットの事前購入を案内
(対象：佐渡汽船メルマガ会員約3.1万人、佐渡ファンの会員制度「さどまる倶楽部」の会員約4.6万人)

来訪前の検討段階で行動変容を促すプッシュ型のデジタル施策が有効であることが確認された

- ① デジタルチケット 100名が購入
- ② 「待ち時間なし」を実現し、来訪満足度は88.2%（前年同時期 86.0%）

良い成果を残せたため同様の取り組みをどう残していくか？事業者と協議

4. 取組内容

取組④ 地域事業者のデータ活用による業務効率化、売上拡大施策

施設の無料エリアの立ち寄り客数については人数を把握できるデータが存在しておらず、無料エリアから有料エリアへの転換を促す施策が不十分であった

施設全体の正確な入込規模を把握し、データに基づいた効果的な施策の立案を目的とし、無料エリアに画像解析カメラを設置し、これまで未計測であった来訪者数と属性情報を計測

- ① 来訪者の人数を計測
- ② 来訪者の属性情報（性別、年代）

12月イベント時にSNS発信と連動させ、デジタル施策が実際の来訪数や客層の変化に与える影響を検証

来訪前の検討段階で行動変容を促すプッシュ型のデジタル施策が有効であることが確認された

- ① 性別判定の有効性を確認した一方、人数計測において乖離（実数249名に対しAI計測450名）が生じたほか、年代判定においても正確に取得できない課題が残った

計測精度を上げ、無料エリアから有料エリアへの転換を促す施策や
運営効率化に活用

5. 総括・今後の展望

実証事業の結果と事業の考察

本事業により「データ駆動型観光地経営」の土台を確立しました。デジタル活用が特定の経営課題解決に有効であることを証明しましたが、データの精度や現場の利活用意識に課題が残りました。今後は予測精度の向上を図り、実用性を高めていくことが必要となっています。

今後の展望

本実証で特定したDMPの「予約データ」の精度や、画像解析カメラの「判別の精度」といった課題を解消し、より実務に即したダッシュボードへと育成していく必要があります。観光DMPと個別施設の画像解析データ、施設入館数や宿泊施設の宿泊数などの「実来訪データ」を結合させることで、より深い顧客インサイトの抽出が可能となります。そして信頼性を確立し、今年度満足行く結果を得られなかった事業者の巻き込みに注力し、本事業で整備したDMPを活用し、データ循環を地域全体へ波及させ、佐渡観光の最大の課題である繁閑差平準化の達成に取り組めます。