
令和3年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業

「広島広域都市圏における外国人観光案内所を
拠点とした消費拡大に向けた実証事業」

事業実施報告書

令和4年2月28日

国土交通省 中国運輸局
観光部 観光地域振興課

目次

1.実施概要	
(1)目的	5
(2)実施内容概要一覧	8
2.実施内容	
(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握	9
a)ログデータによる状況把握	
①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析	
i .広島市街地及び宮島の拠点の言語別ユニークユーザ数	11
ii .広島市街地及び宮島の拠点での滞在時間	13
②情報発信前の状況を把握・事後に比較するためのログデータ分析	20
b)周遊促進先(予定)の拠点への臨時アクセスポイント設置	21
(2)アクセスポイントからの情報発信	22
a)リダイレクト設定機能の変更及び環境整備	
b)ランディングページ作成及び運用	
c)動画コンテンツの作成及び配信	
(3)外国人観光案内書等からの情報発信	25
a)サイネージでの動画コンテンツ配信	
b)QRカードの作成及び配布	
c)SNSを活用した情報発信	
d)外国人観光案内所の職員を活用した情報発信	
3.効果把握	
(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握	
①ランディングページへのアクセスレポート	29
②動画閲覧数レポート	38
③SNS広告レポート	43
④サイネージの掲出等	57
(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証	
①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析	61
i .広島市街地及び宮島の拠点の言語別ユニークユーザ数	63
ii .広島市街地及び宮島の拠点での滞在時間	65
②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析	71
i .周遊促進先拠点及び市町の言語別ユニークユーザ数	72
ii .情報発信拠点から周遊促進先市町における拠点及び周遊促進なし拠点への移動者数	78
iii .周遊促進先拠点での滞在時間と周遊促進先及びひろふりエリアでの滞在時間	80
ログ分析考察	86
4.検討会	
議事録	98

用語集

用語	内容
リスティング広告	検索エンジンの検索結果にユーザーが検索したキーワード（検索語句）に連動して掲載されるテキスト広告。検索連動型広告（検索広告）やPPC（Pay Per Click）とも呼ばれ、広告がクリックされると費用が発生する。日本では、Google 広告やYahoo!広告が代表的である。
レスポンス広告	広告のサイズやレイアウトをパソコンやスマートフォンなどのデバイス、さらにはWebサイトなどの広告枠の大きさに応じて、自動的に広告のサイズを調整して配信してくれる仕組みのこと。 代表的なレスポンス広告にGDN（Googleディスプレイネットワーク）とYDA（Yahoo!ディスプレイ広告）がある。 ※今回の事業では静止画を採用
ディスプレイ広告	Webサイトやアプリ上に表示される広告。多くはWebサイトの内容に連動した内容の広告が表示されているため、「コンテンツ連動型広告」とも呼ばれている。ディスプレイ広告をクリックすると、広告主のWebサイトに移動する。バナーと呼ばれる画像の形で出稿されることが多いので「バナー広告」とも呼ばれているが、静止画・テキスト・動画など、いろいろな形態がある。
動画広告	広告のうち動画のクリエイティブを用いた広告のことを指す。広義ではテレビCMや屋外広告、電車内に流れる広告なども動画広告の一つですが、狭義での動画広告は主にWeb上で目にする動画広告を指すケースで利用されている広告種類を指すことが多い。Web広告における動画広告で代表的なものはYouTubeコンテンツの冒頭や合間に流れる15秒～30秒程度の動画広告が挙げられる。 ※今回はYouTubeで動画広告を配信
Facebook広告	Facebook広告を利用することでFacebookをはじめ、Instagram（インスタグラム）やMessenger（メッセージ）、Audience Network（オーディエンスネットワーク）といった、大きく4つの掲載先への広告配信ができる。 Facebookは全世界で26億を超えるユーザーが利用しており、ユーザー数はソーシャル・ネットワーキング・サービスの中で世界最大規模を誇る。
Instagram広告	InstagramはFacebookが提供する写真や動画メインに投稿し共有できるアプリ。Instagramは国内月間アクティブアカウント数が3,300万以上とFacebookを超える規模にまで成長しており、Instagram広告ではこれらを横断して最適化でき、タイムライン上に表示する「フィード広告」やストーリーズのコンテンツ間に表示する「ストーリー広告」がある。
クリエイティブ	デザインや写真、コピーなど、広告の製作物のことをクリエイティブと表現する。広告素材のクリエイティブにはバナー広告（動画・静止画）やテキスト広告、メール広告の3種類がある。
インストリーム広告	YouTubeなどの動画サイトで、コンテンツが再生される前や途中で流れる動画広告のこと。YouTubeの場合は「TrueViewインストリーム広告」とも呼ばれる。 ※今回の事業はYouTubeで15秒バージョンを採用。

用語集

用語	内容
インフィード広告	FacebookやInstagramなどの投稿のタイムライン上で、コンテンツの間に同様のフォーマットで表示される広告。
ページビュー・表示回数	Webサイト内で閲覧されたページのアクセス数。
ユニークユーザ数	Webサイトにアクセスしたユーザーの数をカウントしたもの。一定の期間中に1人のユーザーがWebサイトを何度も訪れたとしてもUU数が重複することはない。この場合、UU数は1とカウントされる。
セッション数	ユーザーがWebサイトにアクセスした回数のことを表す指標である。セッションとは、ユーザーが特定のWebサイトにアクセスして離脱するまでのこと。セッション数は「アクセス数」や「訪問数」とも呼ばれている。ユーザーが複数ページを閲覧した場合でも、セッションの回数が1回なら1とカウントされる。ユーザーが特定のページを閲覧中でも、再カウントされるケースがあります。たとえば、閲覧中に30分以上操作されていない、0時を過ぎる、他サイトの参照元リンクや異なるキーワードでWebサイトにアクセスした場合はカウントされる。
インプレッション	広告が表示された回数。
リーチ	広告、または投稿を見たユーザーの数。
エンゲージメント	SNSにおいてよく使用される指標のひとつ。広告または投稿に対して、ユーザーが起こしたアクション数を指している。 カウントされるアクションとしては以下の通り Facebook：いいね！、シェア、コメント、クリックなど

1.実施概要

(1)目的

業務の目的

広島広域都市圏には「宮島」「広島平和記念公園」が二大観光ハブとして存在しており、欧米豪をはじめとして多くの訪日外国人旅行客が訪れている。しかしながら、情報発信やコンテンツそのものの不足により当該観光地の点の観光にとどまっており、消費額は伸びていない。そのため、外国人観光案内所等を拠点とした情報発信の実証事業を行い、域内周遊の促進につながるか検証することを目的とする。

業務内容 ※仕様書抜粋

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

広島広域都市圏に整備された「HIROSHIMA FREE Wi-Fi（以下「ひろフリ」という。）のログデータ※¹を分析し、日本語と外国語※²の旅行者※³を対象に現状を把握する。

(1)ログデータによる状況把握

- ① 情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析
- ② 情報発信前の状況を把握・事後に比較するためのログデータ分析

(2)周遊促進先（予定）の拠点への臨時アクセスポイント設置

設置内容：ログデータを活用して情報発信前後の効果把握を図るため、周遊を促したい拠点へ臨時アクセスポイントを設置する。箇所数は複数拠点とする。

(2)アクセスポイントからの情報発信

上記(1)で得られたログデータの分析結果から、情報発信に効果的であると想定される拠点を選定し、ひろフリ利用者に対して情報を発信する。

- (1)リダイレクト設定機能の変更及び環境整備
- (2)ランディングページの作成及び運用
- (3)動画コンテンツの作成及び配信

(3)外国人観光案内所等からの情報発信

- (1)サイネージでの動画コンテンツ配信
- (2)QRコード作成及び配布
- (3)SNSを活用した情報発信（外国人観光案内所以外）
- (4)外国人観光案内所の職員を活用した情報発信

(4)効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果検証

【目標数：アクセス数1,000ユーザ以上】

- ① ランディングページへのアクセスレポート、② 動画閲覧数レポート、③ SNS広告レポート、④ サイネージの出稿数等

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

【目標数：情報発信期間の前後を比較して3%以上増加】

- ① 情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析
- ② 情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

(5) 検討会の開催

本業務の方針決定と情報共有を目的として検討会を開催し、事務局として運営を行う。

開催回数：3回以上

構成員／予定：中国運輸局、広島市、周遊促進先（予定）市町、業務委託先、業務遂行にあたり必要となる相手先、等

※¹ ひろフリの利用規約内で定義された、アクセスポイントへの接続日時、接続するアクセスポイントの位置情報及び利用言語情報をいう。

※² 認証登録時に取得するユーザ端末の言語に関するOSの設定情報で以下のとおり分類。日本語、英語（米国、英国、豪州、その他）、繁体字（台湾、香港）、簡体字、ハングル、フランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語、タイ語、その他【14言語+その他の言語】

※³ 分析対象期間を含む過去

1年間で、ひろフリの利用実績が10日以上の利用者を地元民として除外。

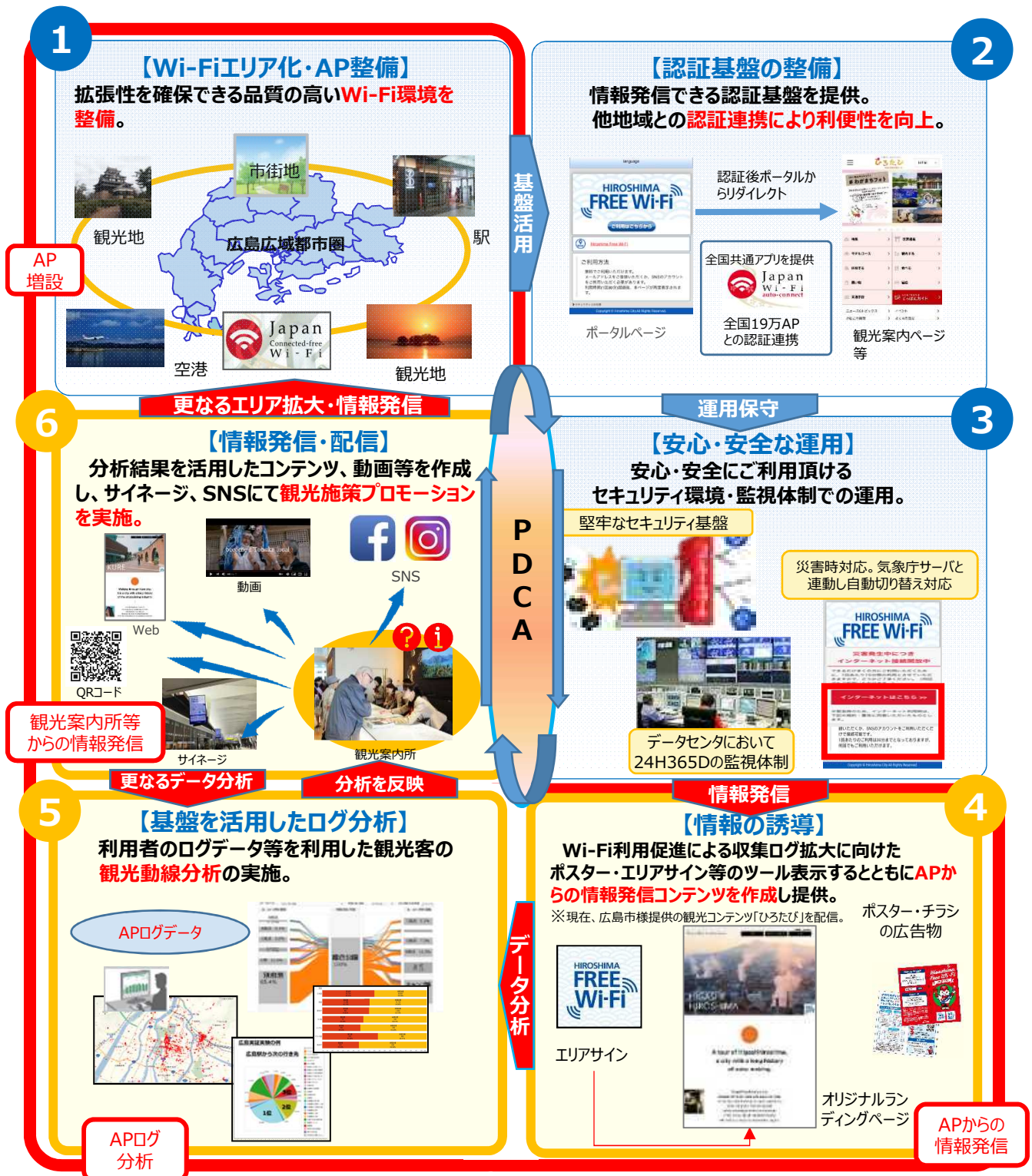
※⁴ 分析対象期間や拠点・市町において、同一の訪問者が複数回現れた場合でも、一人として集計。

※⁵ 初回アクセス時から最終アクセス時までの間の時間を、滞在時間として集計。

(1)目的

今回の実証事業では、Wi-Fiで得られるログを活用・分析し、効率よくあらゆるツールを活用して情報発信をし、『旅ナカ』における広域への周遊拡大を目指す。

公衆無線LAN整備の考え方と今回の実証事業の発展的展開



1.実施概要

(1)目的

事業コンセプト

○ターゲット：広島を訪問する外国人観光客の「旅ナカ」

○キーワード：発信拠点（from）と周遊拠点（to）

○目標とするアウトプット：

1. 1,000ユーザー以上への情報発信
2. 広域都市圏内への周遊者数3%以上増加

○実証の先に目指すところ：外国人観光案内所の情報発信、造成したコンテンツの流通、これらを強化する事で域内周遊・観光消費額の増加

周遊拠点の選定

「旅ナカ」での行動変容を促すため、二大観光ハブ拠点は**発信拠点(from)**と位置づけ、ゲートウェイとなる、JR広島駅、JR宮島口駅を起点とし、二次交通の利便性が高いJR沿線にある市町を**周遊拠点(to)**と設定し、第1回検討会の協議の結果、JR西条駅がある『**東広島市**』、JR呉駅がある『**呉市**』へ協力を依頼し検証を実施する事とした。

実証事業実施期間

令和3年7月19日～令和4年2月28日

【スケジュール】

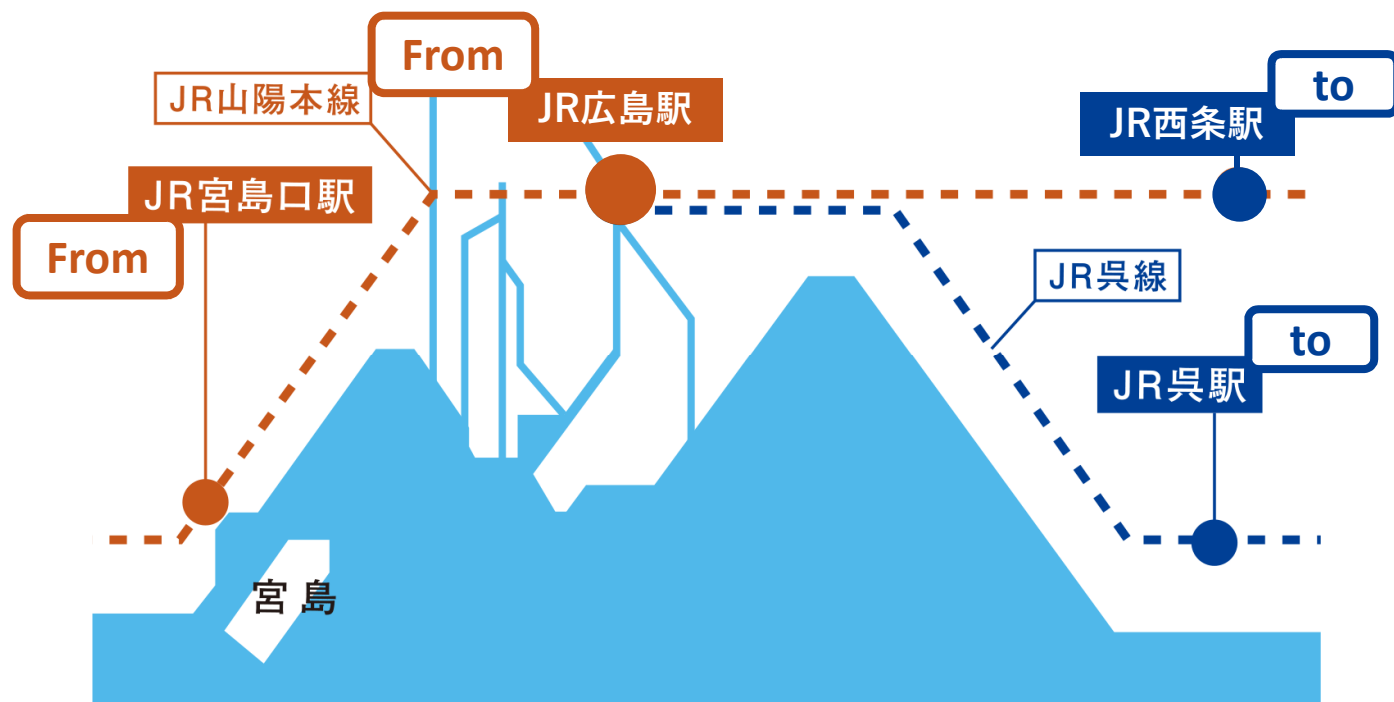
①状況把握及び情報発信準備期間：令和3年7月19日～令和3年10月24日

②比較対象期間

情報発信期間前：令和3年8月30日～令和3年10月24日

情報発信期間中：令和3年10月25日～令和3年12月19日

③効果把握分析期間：令和3年12月20日～令和4年2月28日



1.実施概要

(2)実施内容概要一覧

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

・広島広域都市圏に整備した「ひろフリ」のアクセスログを活用し、令和元年と令和2年の実績の外国人及び国内観光客の観光動線を分析実施した。

1. 情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析
2. 情報発信前の状況把握・事後に比較するためのログデータ分析

(2)アクセスポイントを活用したプロモーション

1. 「HIROSHIMA FREE Wi-Fi」環境を活用した情報発信として、**発信拠点 (from) 広島市街地及び宮島周辺**となるアクセスポイントの接続ポータルサイトから認証後のリダイレクト先を設定した。
2. 検討会で決定した拠点へ誘因するためのオリジナルランディングページを作成した。
3. **周遊拠点 (to) である東広島市、呉市**にアクセスポイントを臨時に増設して、①プロモーション前後の比較、②プロモーションしている拠点としていない拠点の比較を実施。

(3)外国人観光案内所を活用したプロモーション

1. 観光コンテンツを視覚的に訪日外国人へ提供するため、オリジナル動画を作成し、旅ナカでの誘因を図った。
2. 外国人観光案内所においては、サイネージを活用し、オリジナル動画をプロモーション期間に集中的に掲出を実施。
3. 観光案内所の職員様と連携し、コンテンツページのQRコードカードの配布、事前にレクチャーした観光コンテンツをガイド職員から提案した。
4. 昨今の情報発信のトレンドであるSNS広告を活用し更に効率的に魅力的な動画やコンテンツを発信した。

(4)プロモーション後の効果把握

・アクセスポイント及び外国人観光案内所のプロモーションの効果把握及び分析を実施・考察を実施。

1. 情報発信数：【目標数】アクセス数1000ユーザー以上

・ランディングページの閲覧数（HIROSHIMA FREE Wi-Fi認証後のリダイレクト、QRコードからのアクセス、SNSからのアクセス等）、サイネージからの動画発信数を提示。

2. 周遊者数：【目標数】プロモーション前後を比較して3%以上増加

・事前に臨時アクセスポイントを設置し、HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログを活用しプロモーション前後の比較を実施。

(5) 検討会の開催

・本事業の方針決定と情報共有を目的とし関係者を招集し3回開催。

開催日：第1回：7月30日、第2回：8月26日、第3回：10月18日

2.実施内容

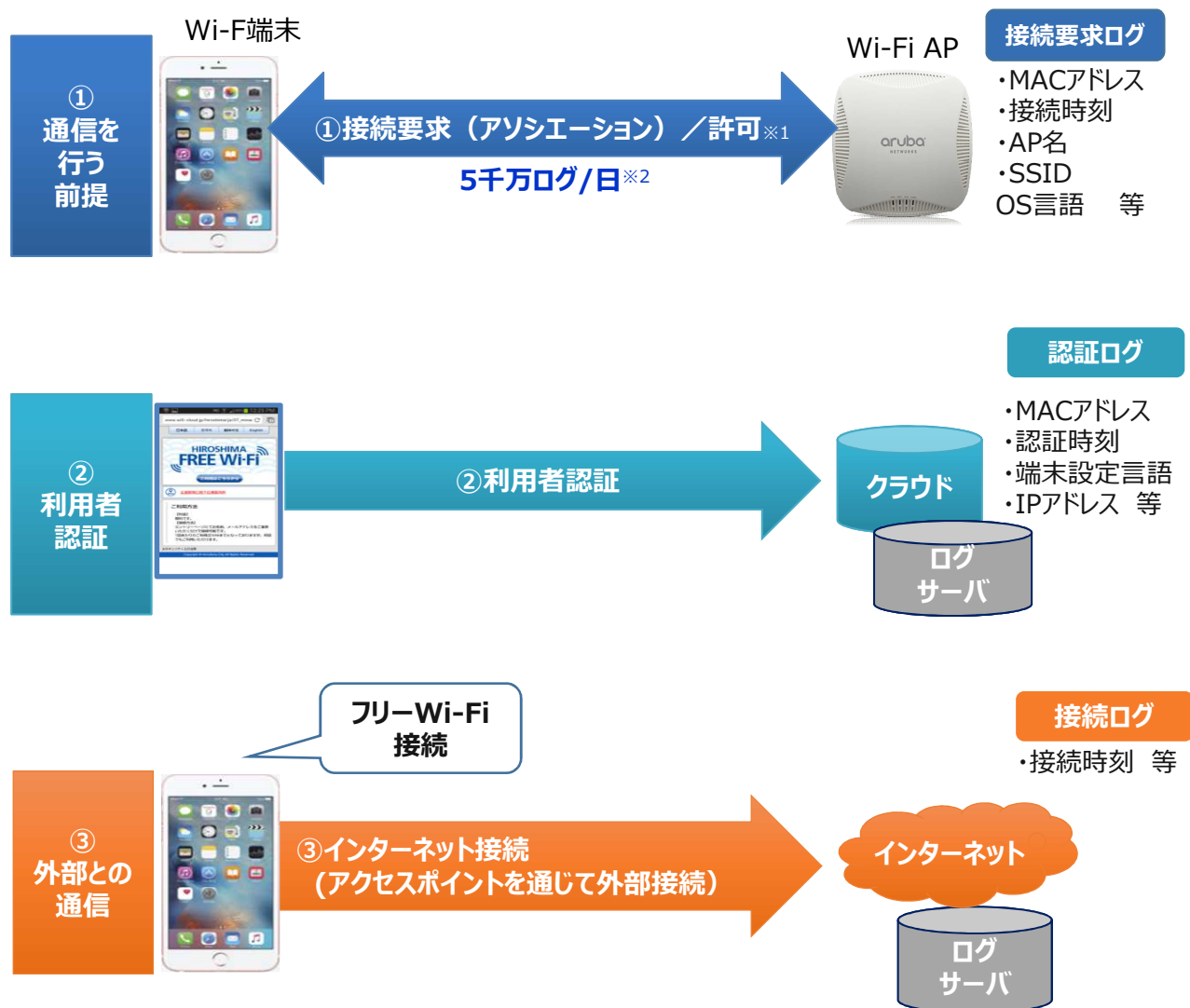
(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる
周遊状況等の現状把握

2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

用いるログにあたって

ログ分析は、HIROSHIMA_FREE_Wi-Fi等のAP（アクセスポイント）側で収集する接続要求ログ、及びクラウド認証サーバで収集する認証言語ログで実施。
Wi-Fi APログからは、MACアドレス、接続日時、接続先AP、OS言語を取得。これにより、誰（どの端末）が、いつ、どこのAPで、何語でフリーWi-Fiに接続したのかが分かる。



※1: ユーザ端末からアクセスポイントへの接続要求のこと。この要求に対し、アクセスポイントが許可を応答すると、接続が完了し通信を行うことが可能となる。

※2: NTTBPが、全国で提供するフリーWi-Fiのログ

2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

状況把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

i. 広島市街地及び宮島の拠点の言語別ユニークユーザ数

分析対象期間:令和元年10月1日～令和2年11月30日

令和2年10月1日～令和2年11月30日

レポート作成の前提

① 分析対象期間	令和元年10-11月、令和2年10-11月
② 分析対象拠点	令和元年：42拠点 (広島市街地：30拠点(78AP)、宮島周辺：12拠点(19AP)) 令和2年：47拠点 (広島市街地：32拠点(85AP)、宮島周辺：15拠点(23AP))
③ 分析対象の旅行客の抽出	集計期間内で 10日以上 の利用実績があるユーザを地元民として除外
④ 言語分類	【14言語+その他の言語】 日本語、英語（米国、英語、豪州、その他）、繁体字(台湾、香港)、簡体字、ハングル、フランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語、タイ語、その他 ※ただし分類項目によっては、言語毎のユニークユーザ数を勘案し、必要に応じてグループ化する。
⑤ 観光客単位での分析	HIROSHIMA FREE Wi-Fiの利用者を一意化 (別拠点や別日でログを取得しても一人の観光客として動線を分析※ユーザ情報は匿名化)
⑥ 少数の場合の秘匿化	各項目の集計結果について、2014年7月17日 総務省主催の『緊急時等における位置情報の取扱いに関する検討会報告書位置情報プライバシーレポート』における匿名化の指針に基づき、以降の分析画面で「1～5」となる数値は、全て5として表現（秘匿化）する。なお、分析結果全体が少数の場合は、項目毎割愛する場合がある。

2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

現状把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

i. 広島市街地及び宮島の拠点の言語別ユニークユーザー数

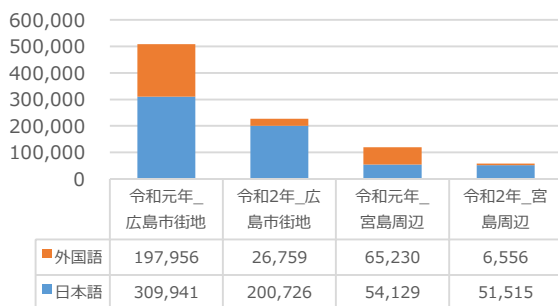
分析対象期間:令和元年10月1日～令和2年11月30日

令和2年10月1日～令和2年11月30日

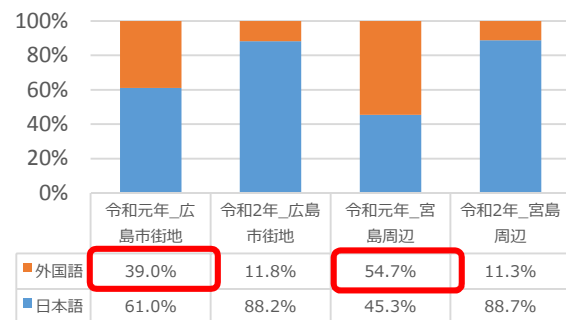
広島市街地・宮島周辺全体ユニークユーザー数

令和元年の旅行者数の外国人の割合は、**広島市街地では約39%、宮島周辺では約55%を占めていた。**
外国語の構成比率は、令和元年と2年を比較した際にヨーロッパ圏における使用言語（伊、西、独、仏語）の減少が著しく、**広島市街地18%、宮島周辺24%を占めていた割合がそれぞれ約1/10の割合に減少した。**

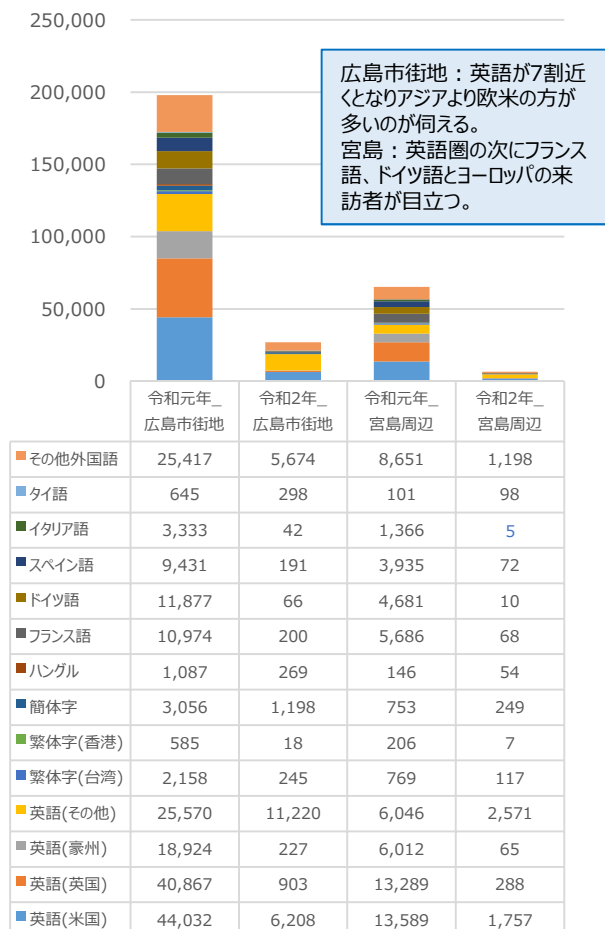
日本語・外国語のユニークユーザー数



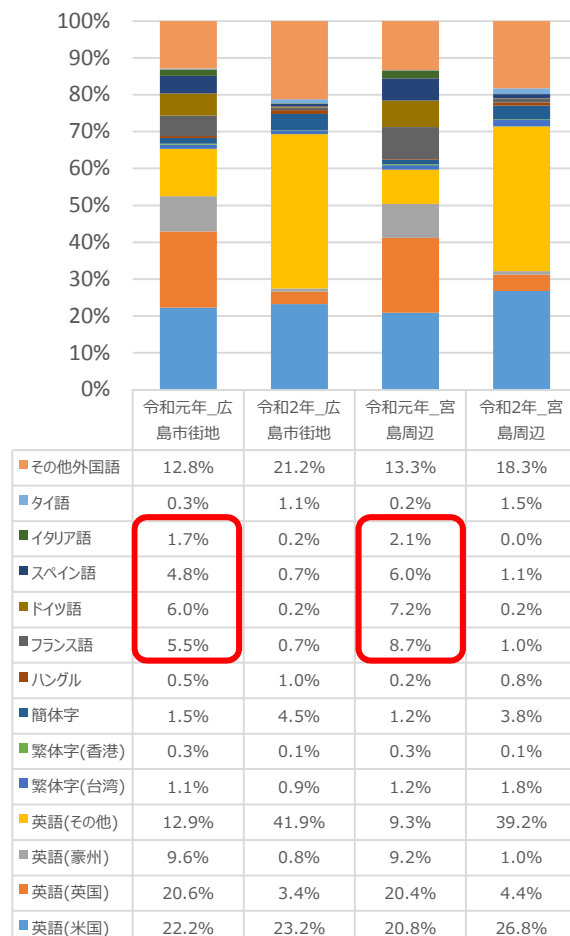
日本語・外国語のユニークユーザー数構成比



外国語のユニークユーザー数内訳



外国語のユニークユーザー数構成比内訳



2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

現状把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

ii.広島市街地及び宮島の拠点での滞在時間

分析対象期間:令和元年10月1日～令和2年11月30日

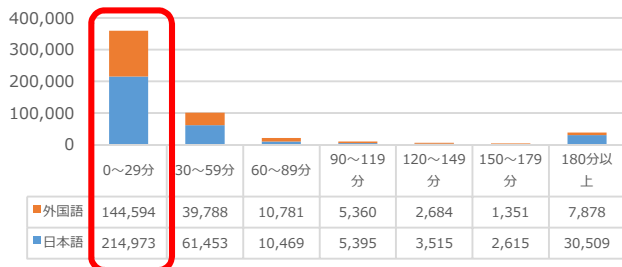
令和2年10月1日～令和2年11月30日

令和元年10月1日～令和元年11月30日 各拠点の滞在時間（言語別時間毎の滞在者数・構成比）

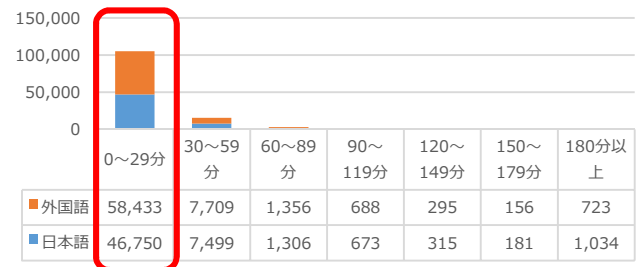
滞在時間は、**広島市街地も宮島周辺も30分以内が一番多い**。広島市街地も宮島も商業施設や商店街での購買目的があるためか、滞在時間が長い傾向にある。

日本語・外国語の滞在時間ユニーク数

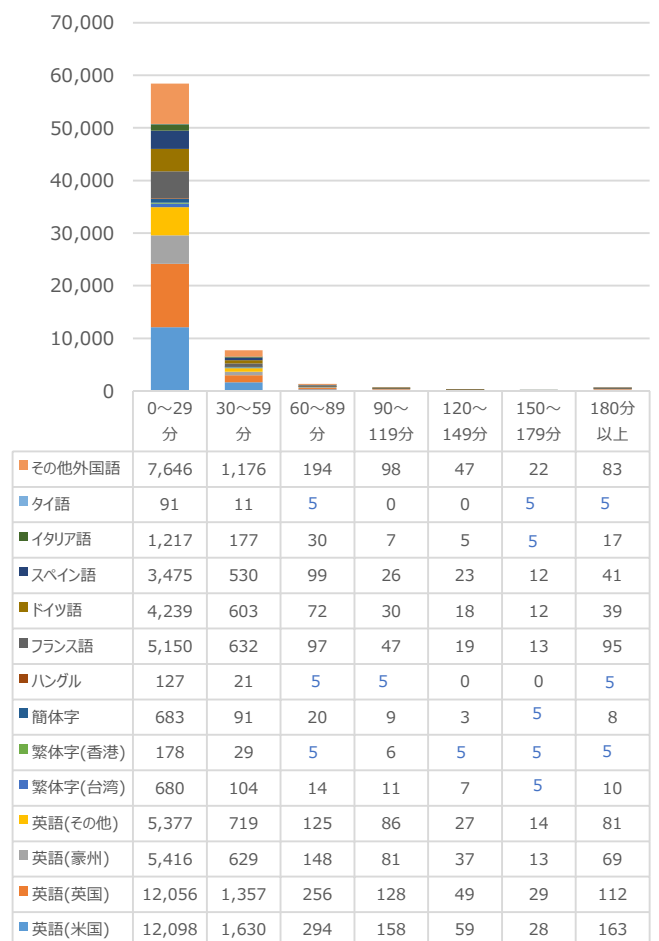
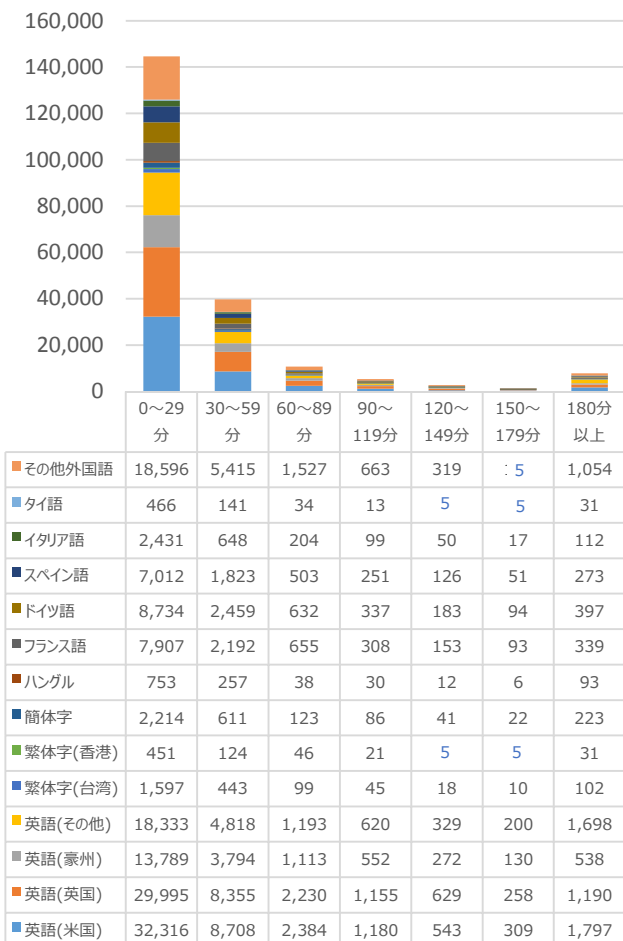
広島市街地



宮島周辺



外国語の滞在時間ユニーク数内訳



2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

現状把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

ii .広島市街地及び宮島の拠点での滞在時間

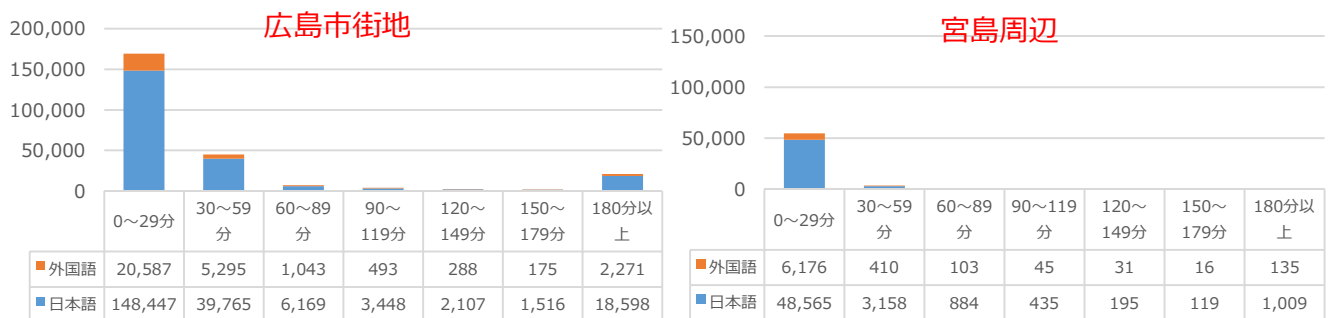
分析対象期間:令和元年10月1日～令和2年11月30日

令和2年10月1日～令和2年11月30日

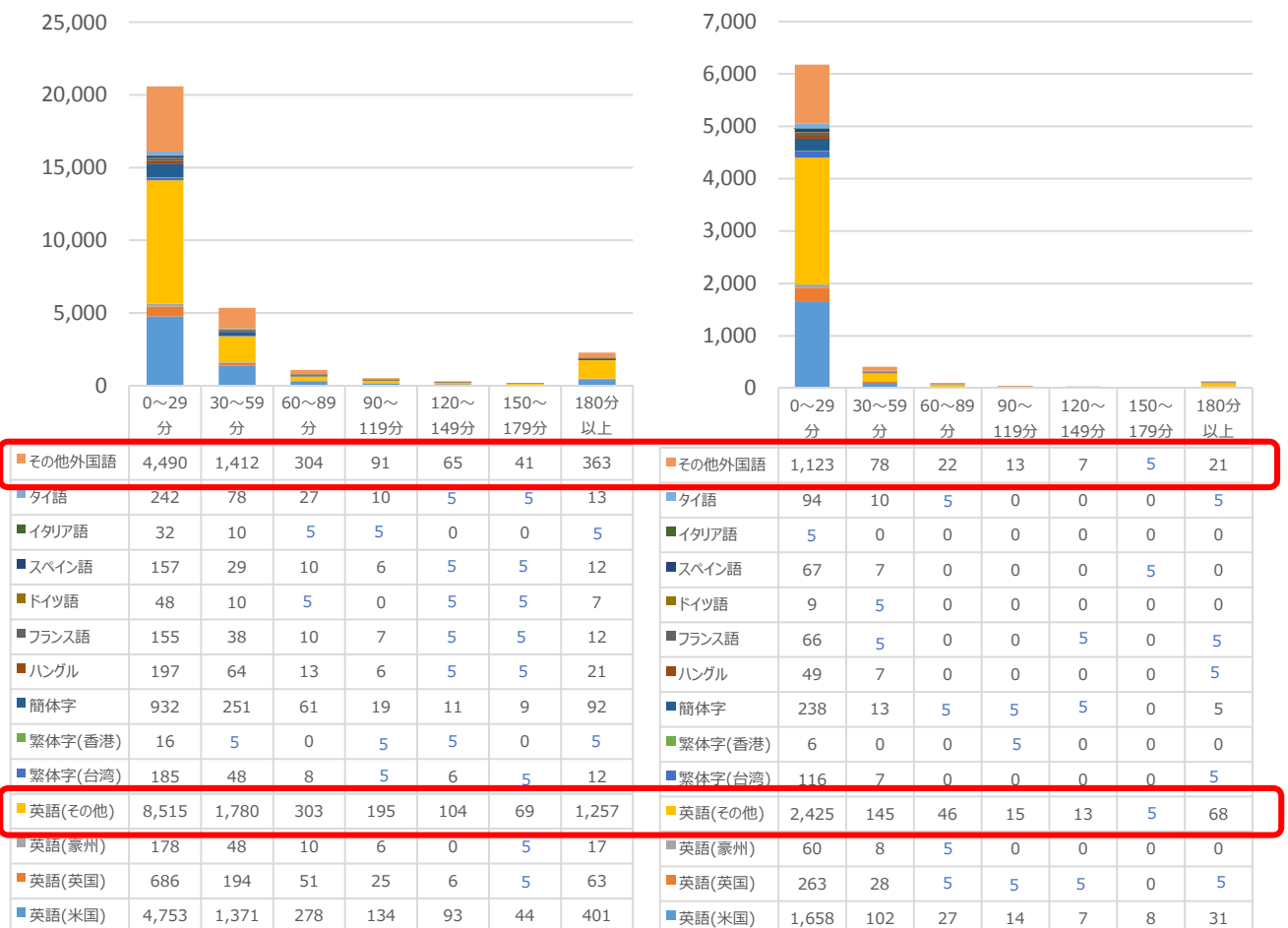
令和2年10月1日～令和2年11月30日 各拠点の滞在時間（言語別時間毎の滞在者数・構成比）

令和元年も令和2年も滞在時間の割合は30分未満が多いのに変わりはない。**英語(その他)やその他外国語の割合が多い**ように見受けられる。

日本語・外国語の滞在時間ユニーク数



外国語の滞在時間ユニーク数内訳



2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

現状把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

ii.広島市街地及び宮島の拠点での滞在時間

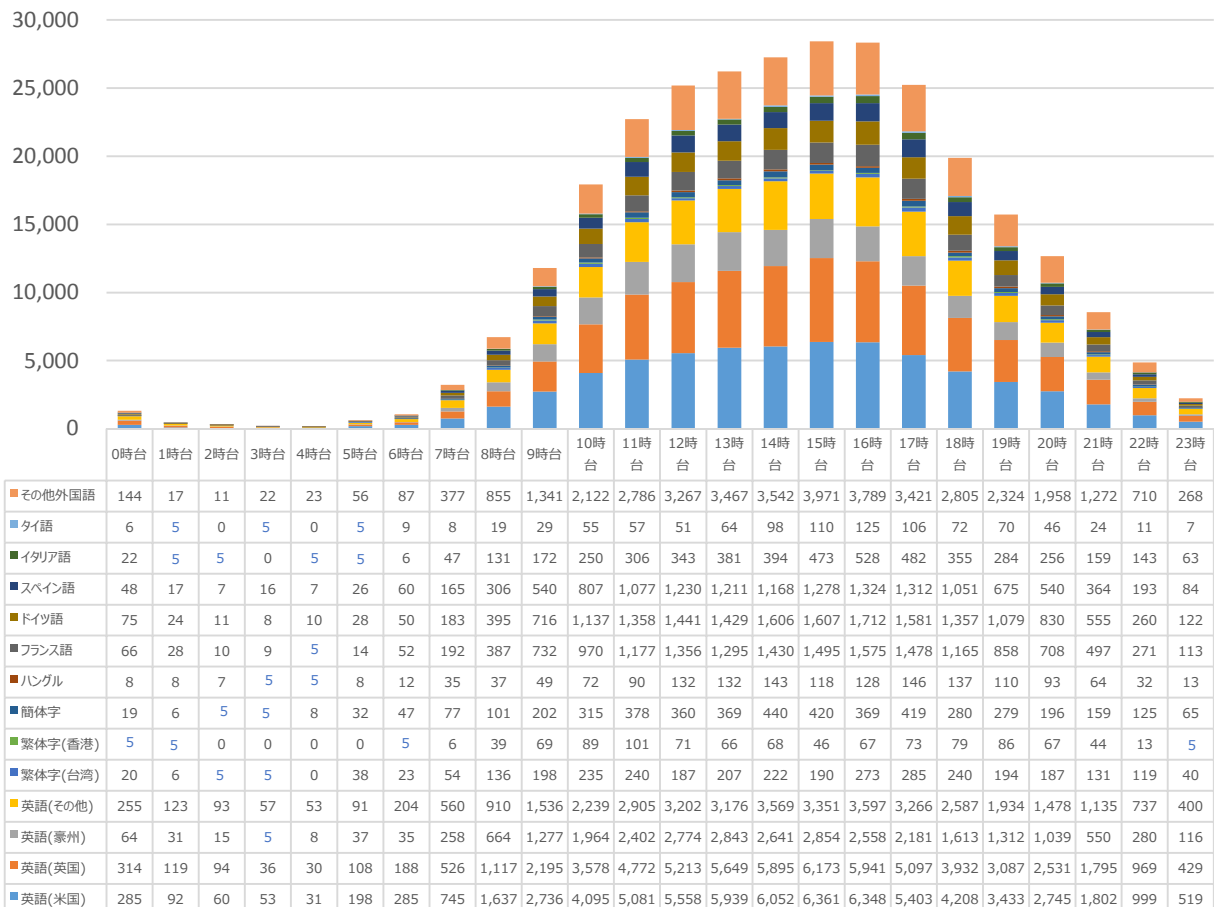
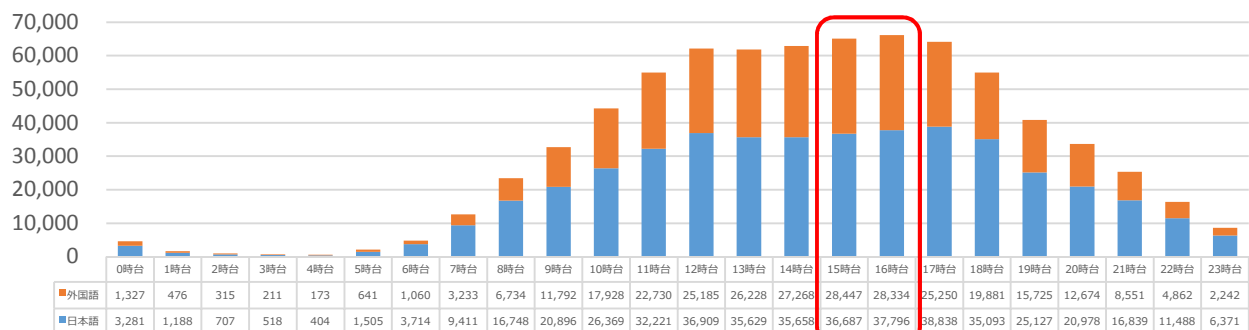
分析対象期間:令和元年10月1日～令和2年11月30日

令和2年10月1日～令和2年11月30日

令和元年10月1日～令和元年11月30日

広島市街地 各拠点の滞在時間帯（拠点の言語別時間帯別滞在者数）

令和元年度日本語の割合が若干外国語より多く見受けられる。滞在時間のピークは15時台～16時台である。



2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

現状把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

ii.広島市街地及び宮島の拠点での滞在時間

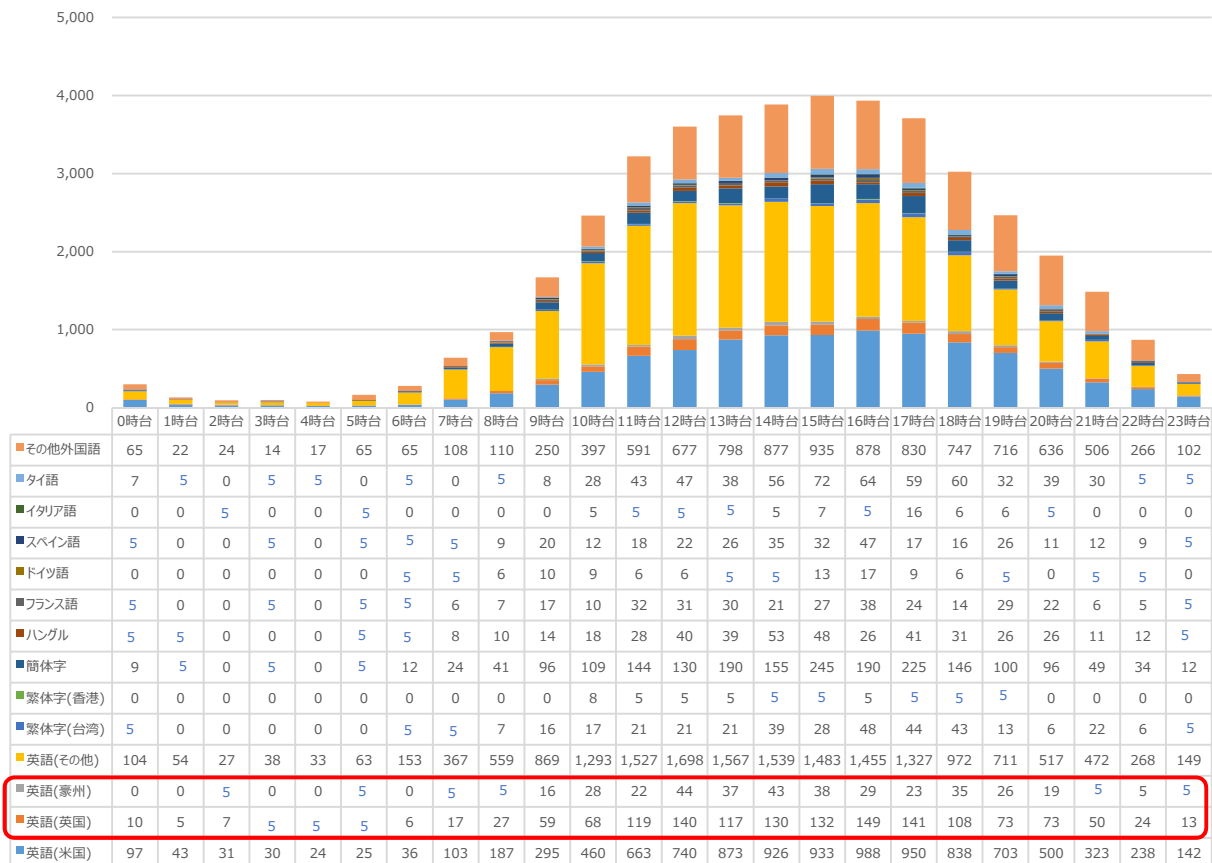
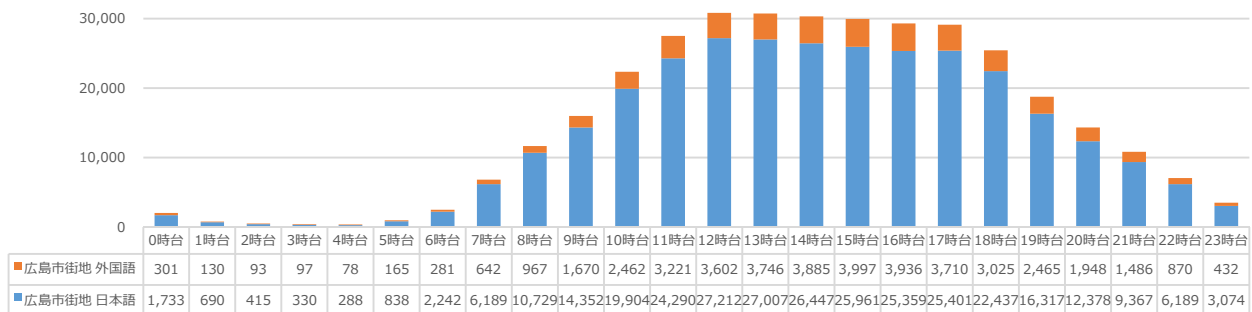
分析対象期間:令和元年10月1日～令和2年11月30日

令和2年10月1日～令和2年11月30日

令和2年10月1日～令和2年11月30日

広島市街地 各拠点の滞在時間帯（拠点の言語別時間帯別滞在者数）

令和2年は、令和元年度と比べて日本語の割合が多くなった。**外国語の内訳も英語の英国、豪州は大幅に減り**、その他英語とその他外国語の割合が増えている。滞在時間のピークは15時台～16時台である。



2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

現状把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

ii.広島市街地及び宮島の拠点での滞在時間

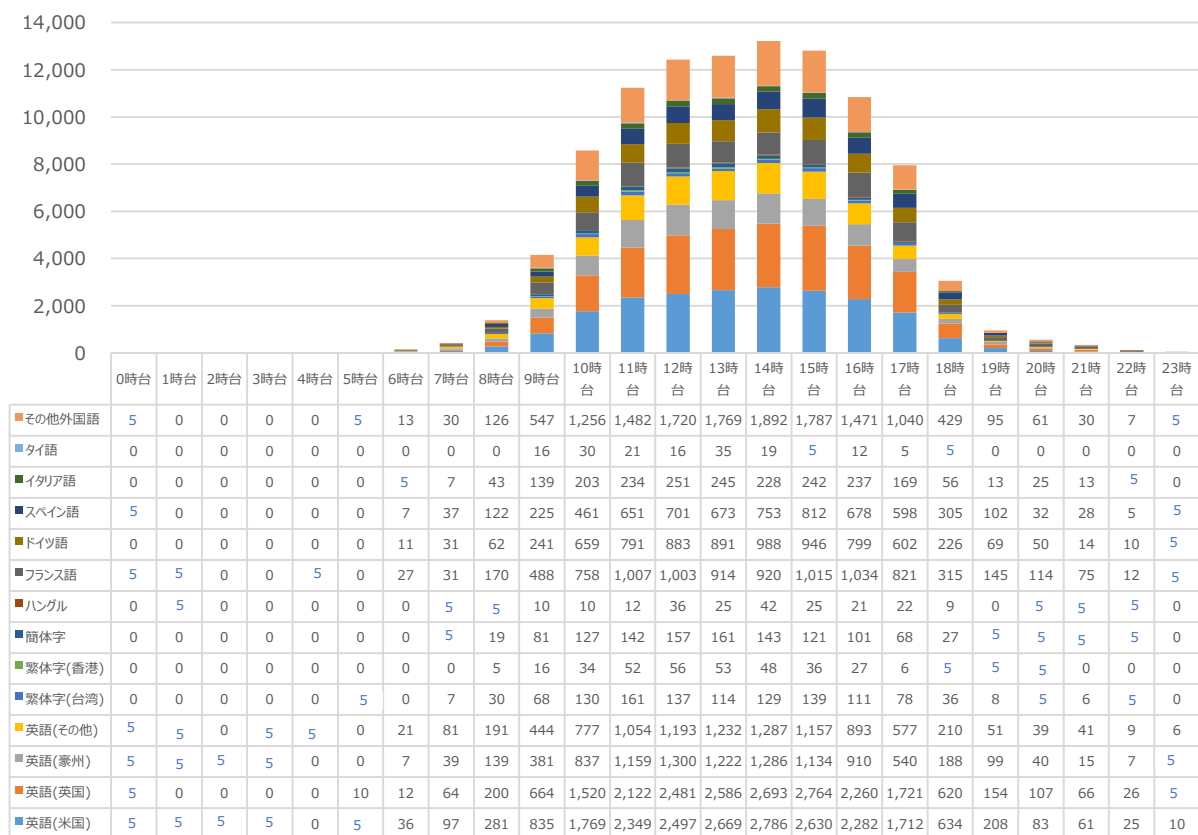
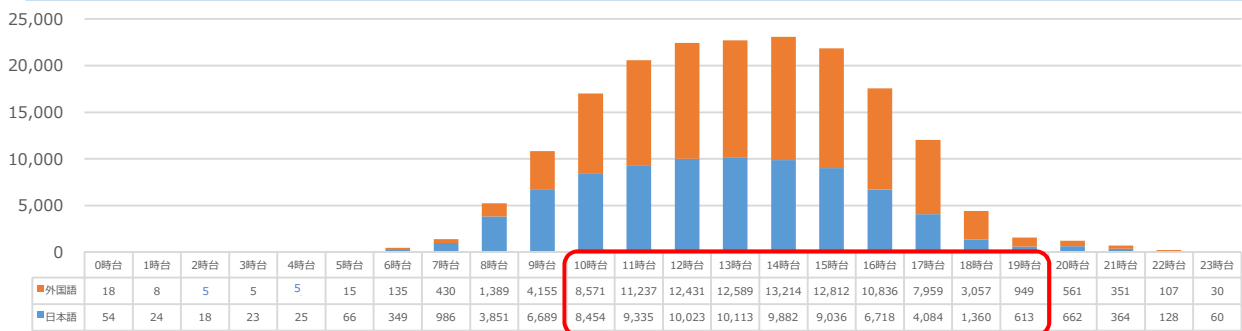
分析対象期間:令和元年10月1日～令和2年11月30日

令和2年10月1日～令和2年11月30日

令和元年10月1日～令和元年11月30日

宮島周辺 各拠点の滞在時間帯（拠点の言語別時間帯別滞在者数）

外国語の割合が日本語よりも多い。フェリーや商店街の稼働時間帯に連動していると見受けられるが、日本語は12～14時がピークであるのに対して、外国語は13～14時と行動時間帯が少し異なる。なお、**10～19時の時間帯は日本語よりも外国語の割合の方が高い。**



2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

現状把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

ii .広島市街地及び宮島の拠点での滞在時間

分析対象期間:令和元年10月1日～令和2年11月30日

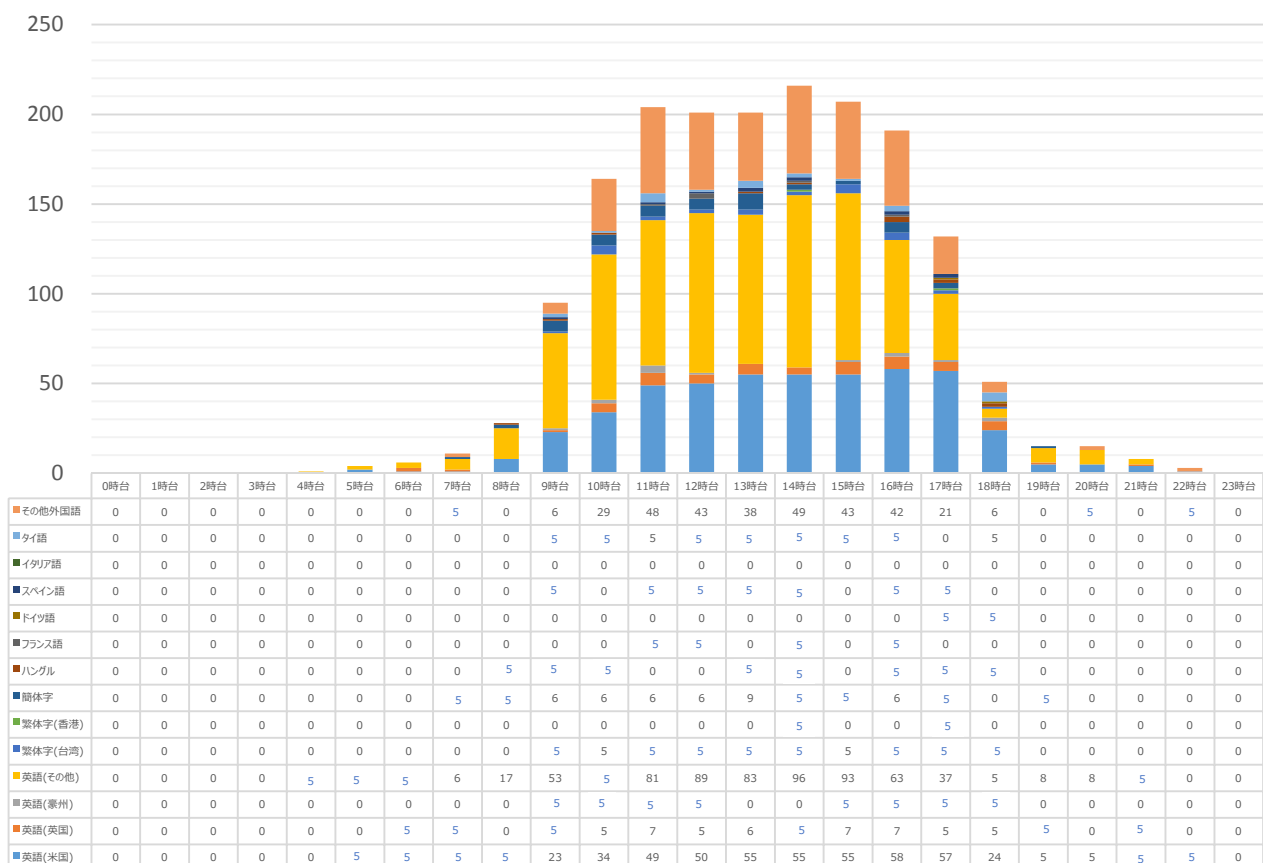
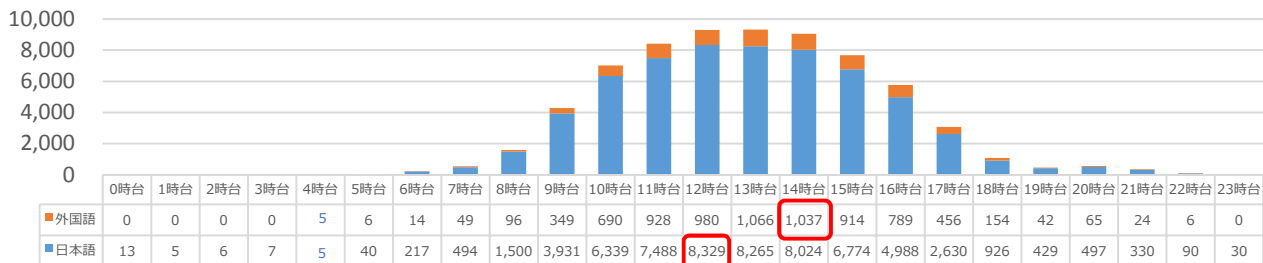
令和2年10月1日～令和2年11月30日

令和2年10月1日～令和2年11月30日

宮島周辺 各拠点の滞在時間帯（拠点の言語別時間帯別滞在者数）

日本語のピークは12時台であるが、外国語のピークは14時台となっている。英語(米国、その他)その他外国語の割合が高いことが見受けられる。

※英語（その他）はほかの英語圏のもあり得るがロケーション設定がないため特定が不明となる。



2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

from

現状把握

①情報発信に効果的な拠点を選定するためのログデータ分析

広島市街地

宮島周辺

令和元年は、平和公園周辺、宮島桟橋等外国語の方が多い拠点が上位を占めている。

令和2年は、コロナ禍の影響で、日本語含め全体的に減少しており特に外国語はかなり激減しており、上位であった平和記念資料館等閉館が多かったため、20位以下となり圏外となった。

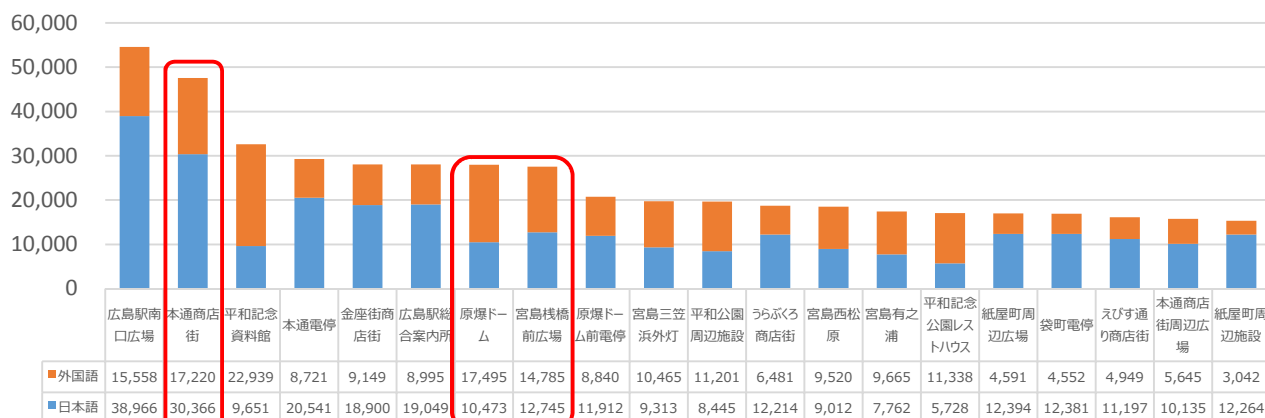
令和2年に供用開始した宮島口旅客ターミナルは宮島桟橋前より比較的滞在者が多かった。

全体的にみると平和公園周辺の割合が下がり、購買目的の本通り周辺が比較的割合が高い。

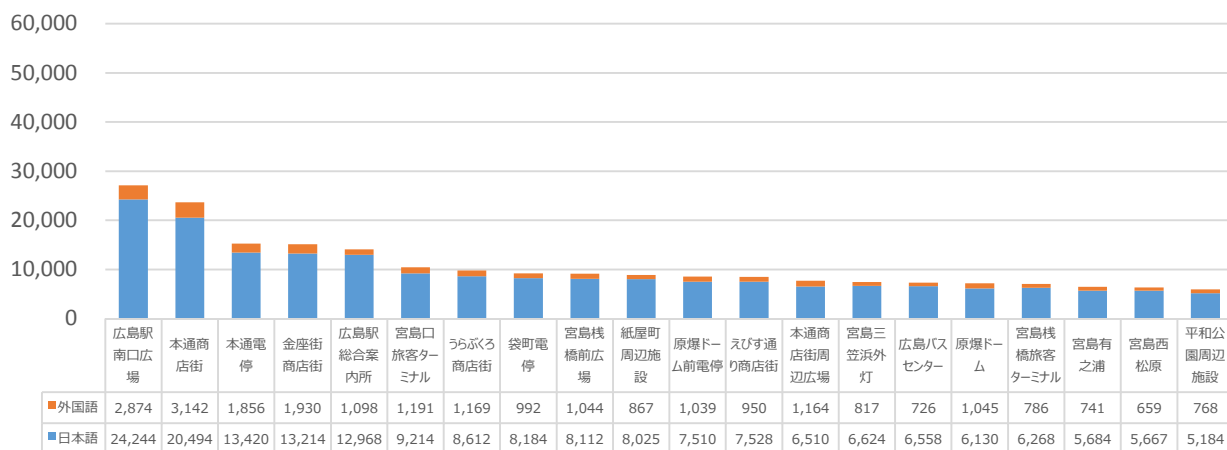
HIROSHIMA FREE Wi-Fiのアクセスポイントのデータをもとにコロナ前及びコロナ禍における滞在者数上位の拠点を情報発信拠点と位置づける事とした。

⇒ 情報発信拠点到有効な拠点の決定：広島市街地 17 拠点(57AP)
宮島周辺 7 拠点(8AP)

令和元年10月～12月



令和2年10月～12月



2.実施内容

(1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握

(a)ログデータによる状況把握

to

情報発信前

②情報発信前の状況を把握・事後に比較するためのログデータ分析

i .周遊促進先(東広島市・呉市)の拠点及び市町の言語別ユニークユーザ数

→P72、74、76に記載

ii .情報発信(広島市街地・宮島周辺)の拠点と周遊促進先(東広島市・呉市)の
及び周遊促進なし拠点への移動者数

→P78に記載

iii .周遊促進先(東広島市・呉市)拠点でお滞在時間と周遊促進先(東広島市・
呉市)及びひろふりエリアでの滞在時間

→P80、82、84に記載

**注) 分析結果は情報発信“前”と“中”とで比較するため、当報告書中、
『3. 効果把握』項の(2)② i .～ iii .対応部に記載する。(記載頁は上記参照)**

レポート作成の前提

① 分析対象期間	令和3年8月30日-10月24日(情報発信前)
② 分析対象拠点	周遊促進先拠点： 東広島市 4拠点(4AP)、 呉市 7拠点(10AP)、周遊促進無 4拠点(4AP) 情報発信拠点： 広島市街地 38拠点(143AP) 宮島周辺 16拠点(24AP)
③ 分析対象の旅行客の抽出	集計期間内で <u>10日以上</u> の利用実績があるユーザを地元民として除外
④ 言語分類	【14言語+その他の言語】 日本語、英語(米国、英語、豪州、その他)、繁体字(台湾、香港)、簡体字、ハングル、フランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語、タイ語、その他 ※ただし分類項目によっては、言語毎のユニークユーザ数を勘案し、必要に応じてグループ化する。
⑤ 観光客単位での分析	HIROSHIMA_FREE_Wi-Fiの利用者を一意化 (別拠点や別日でログを取得しても一人の観光客として動線を分析※ユーザ情報は匿名化)
⑥ 少数の場合の秘匿化	各項目の集計結果について、2014年7月17日 総務省主催の『緊急時等における位置情報の取扱いに関する検討会報告書位置情報プライバシーレポート』における匿名化の指針に基づき、以降の分析画面で「1～5」となる数値は、全て5として表現(秘匿化)する。なお、分析結果全体が少数の場合は、項目毎割愛する場合がある。

2.実施内容

- (1)HIROSHIMA FREE Wi-Fiのログデータによる周遊状況等の現状把握
b)周遊送信先(予定)の拠点への臨時アクセスポイント設置

情報発信準備内容

設置期間：令和3年8月9日～令和3年12月19日

エリア	拠点・AP数	拠点名
東広島市	1	東広島市立美術館
呉市	3	港町珈琲館、艦船巡り船内、路面屋台
廿日市市	1	宮島口観光案内所
	5拠点 5 AP	



港町珈琲店



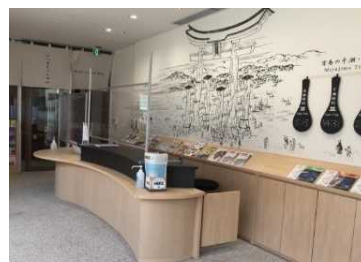
路面屋台



艦船巡り



東広島市立美術館



宮島口観光案内所

2.実施内容

(2)アクセスポイントからの情報発信

2.実施内容

(2)アクセスポイントからの情報発信

情報発信準備内容

a)リダイレクト設定機能の変更及び環境整備

情報発信期間：令和3年10月25日～令和3年12月19日

情報発信が有効とされる拠点について選定し以下の拠点に対し設定実施。

エリア	拠点数	AP数
平和公園周辺	9	27
紙屋町周辺	2	5
八丁堀・幟町周辺	3	10
本通商店街周辺	8	27
広島駅周辺	5	8
西区エリア周辺	3	3
広島港周辺	1	8
宮島口周辺	1	1
	33拠点	90AP

b)ランディングページ作成及び運用

言語：日本語、英語の2種類作成 URL：<http://uniquehiroshimaexperiences.com>※R4.2末サイト終了

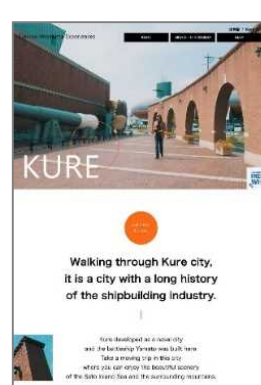
東広島市ver:英語



東広島市ver:日本語



呉市ver:英語



呉市ver:日本語



c) 動画コンテンツの作成及び配信

3分ロング版横2種類(東広島市、呉市)／15秒ショート版縦・横版(東広島市、呉市)4種類 言語：英語



2.実施内容

(2)アクセスポイントからの情報発信

情報発信準備内容

コンテンツコンセプト

広島広域都市圏での旅ナカコンテンツを単なる観光ではなく、心に残る貴重体験＝「Unique Hiroshima Experiences」と題し、インバウンド視点を考慮しながらストーリー性のある動画、ランディングページとして制作した。

東広島市

シナリオコンセプト

KNOWLEDGE×HIGASHIHIROSHIMA 文化と生活様式にあふれる旅
発酵に関して興味がある彼は見聞を広げるべく「東広島」にやってきた。代々伝わる日本酒やその醸造工程に舌鼓をうちつつ、感じるコトは何か。歴史や文化にさまざまな影響を与えるであろう。

東広島市の消費コンテンツ

JR西条駅で降りた後、徒歩圏内で周遊できる、文化と生活様式に触れる旅というコンセプトで散策モデルを考案。

ロケーション・キーワード

東広島市立美術館、酒蔵通り、酒蔵、杜氏、酒づくり体験、田んぼ、日本酒米、麴、日本酒、美酒鍋、牡蠣



呉市

シナリオコンセプト

PHOTO×KURE 歴史と文化に触れる旅

フォトグラファーの彼はカメラを片手に旅をしている。そんな彼が選んだのは「呉」だった。
瀬戸内海に浮かぶたくさんの島に囲まれた天然の良港を持つ工業都市の何に触れ、何を感じ、何をその目に焼き付けるのか。

呉市の消費コンテンツ

JR呉駅で降りた後、徒歩圏内で周遊できる、歴史と文化に触れる旅というコンセプトで散策モデルを考案。

ロケーション・キーワード

大和ミュージアム、艦船巡り、アレイカラスこじま、レンガ倉庫、美術館通り、歴史の見える丘、がんすバーガー、海事カレー、びっくり饅頭、フライケーキ



2.実施内容

(3)外国人観光案内所等からの情報発信

2.実施内容

(3)外国人観光案内所等からの情報発信

情報発信準備内容

a)サイネージでの動画コンテンツ配信

掲出期間：2021年10月25日(月)～12月19日(日)



Eセット

広島駅 2 F 南北自由通路12面縦型70インチ



Iセット

広島駅 2 F 新幹線改札内コンコース柱面20面縦型70インチ

b)QRカードの作成及び配布

広島市街地と宮島周辺の観光案内所にQRカードを配布



両面印刷：1000部 サイズ：55×91(mm)

エリア	拠点数	配布数
広島市街地	5	700
宮島周辺	3	300
	8 拠点	1,000枚



広島駅総合案内所



宮島おもてなしトイレ案内所

2.実施内容

(3)外国人観光案内所等からの情報発信

情報発信準備内容

c) SNSを活用した情報発信

WEB・SNS広告 配信期間：2021年10月25日(月)～2021年12月19日(日)

Googleリスティング広告、Googleレスポンス広告、Google動画広告、

Facebook広告、Instagram広告を配信

配信エリア：広島広域都市圏内

オーディエンス：年齢20歳以上 / 性別：男女 / 言語：日本語以外(外国語)

動画の使用言語は英語

レスポンス広告デザイン

【東広島市】



【呉市】



2.実施内容

(3)外国人観光案内所等からの情報発信

情報発信準備内容

c) SNSを活用した情報発信

WEB・SNS広告 配信期間：2021年10月25日(月)～2021年12月19日(日)

Googleリスティング広告、Googleレスポンス広告、Google動画広告、

Facebook広告、Instagram広告を配信

配信エリア：広島広域都市圏内

オーディエンス：年齢20歳以上 / 性別：男女 / 言語：日本語以外(外国語)

動画の使用言語は英語

動画広告



ロング版(3分)、ショート版(15秒)の2バージョンを作成

d) 外国人観光案内所の職員を活用した情報発信

レクチャー資料を各観光案内所へ配布



3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

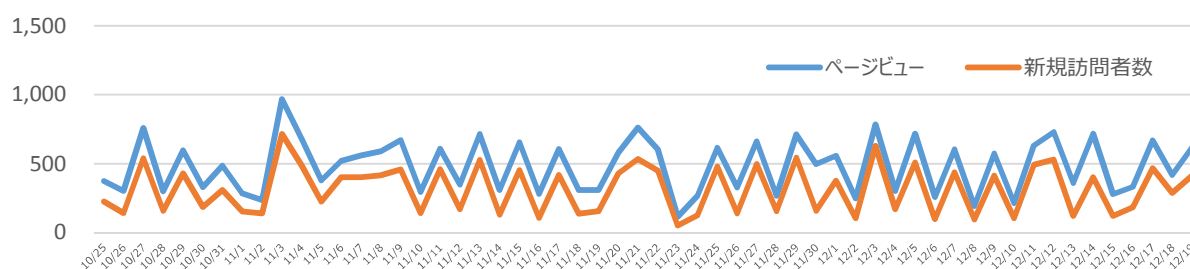
◆LPアクセス報告（2021/10/25～12/19）

Googleアナリティクスによる開催期間の効果測定は以下の通り。

1. ページビュー数 27,070

2. セッション数 23,358

3. ユニークユーザ数 17,592



4. ページごとのアクセス数

ページ	ページビュー
【英語】トップページ（呉）～11/29※	11,702
【英語】トップページ（東広島）11/30～※	6,797
【英語】東広島 ～11/29	274
【英語】呉 11/30～	116
【英語】Wi-Fi	58
【英語】マップ	69
【英語】プライバシーポリシー	9
【日本語】トップページ（呉）	5,160
【日本語】トップページ（東広島）	2,652
【日本語】東広島 ～11/29	50
【日本語】呉 11/30～	38
【日本語】Wi-Fi	104
【日本語】マップ	35
【日本語】プライバシーポリシー	5
合計	27,069

※トップページを11月29日までは呉市、11月30日からは東広島市へ切り替えを実施した。

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

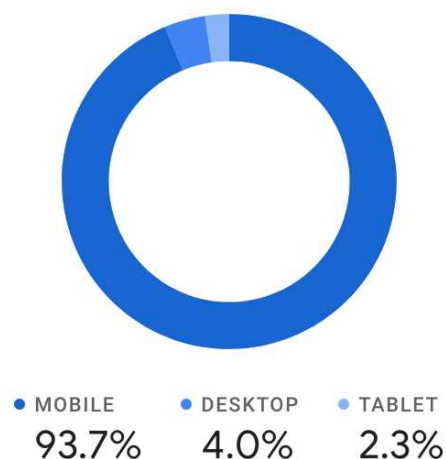
5. OS別ユーザー数

iOS（iPhone、iPad等）の端末が全体の約76%を占めている。

オペレーティング システム	ユーザー
iOS	1.3万
Android	3,597
Windows	379
Macintosh	272
Chrome OS	41
Linux	14
BlackBerry	1

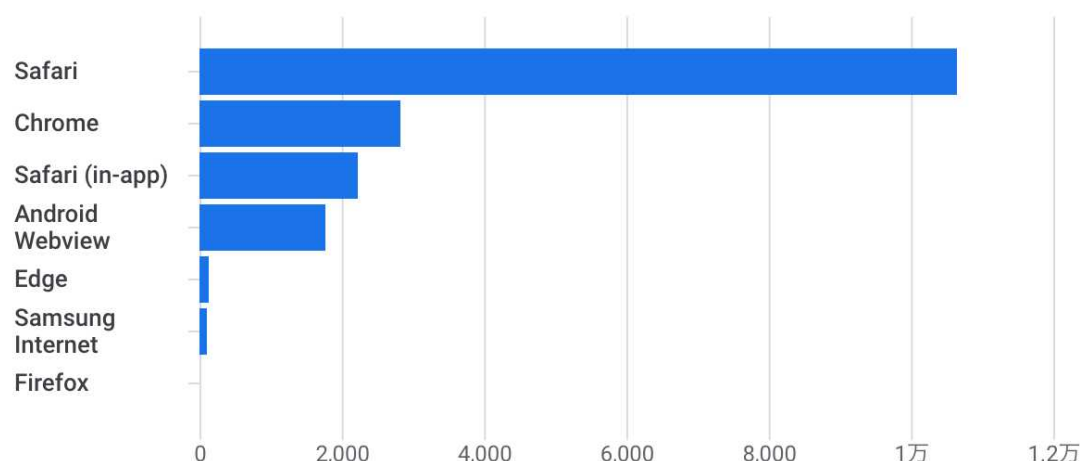
6. デバイスの割合

スマホが全体の約94%と大半を占めている。



7. ブラウザの種類

全体の約60%がSafariを使用。



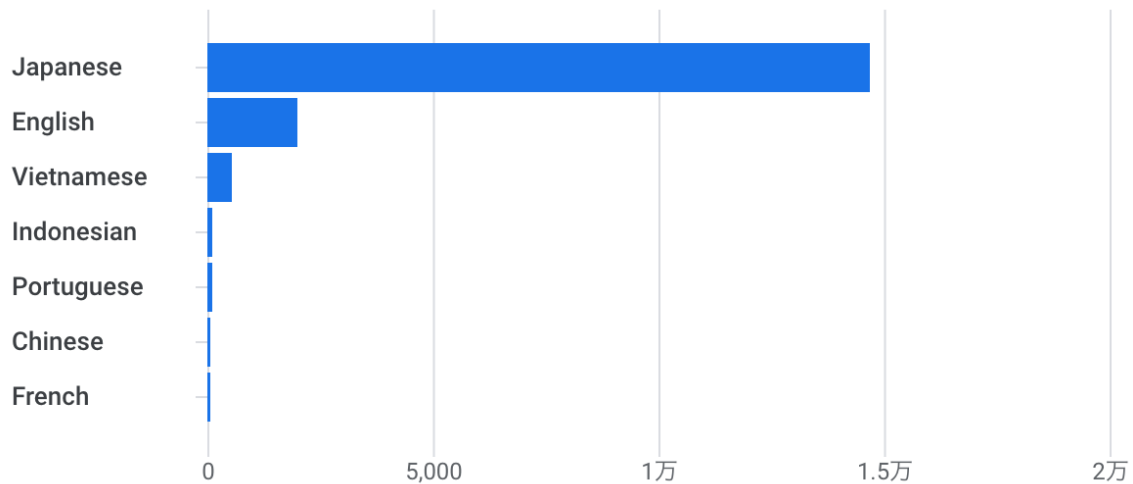
3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

8. 閲覧者の言語の種類

全体の約83%が日本語で、英語は約11%である。



9. 国別アクセス状況



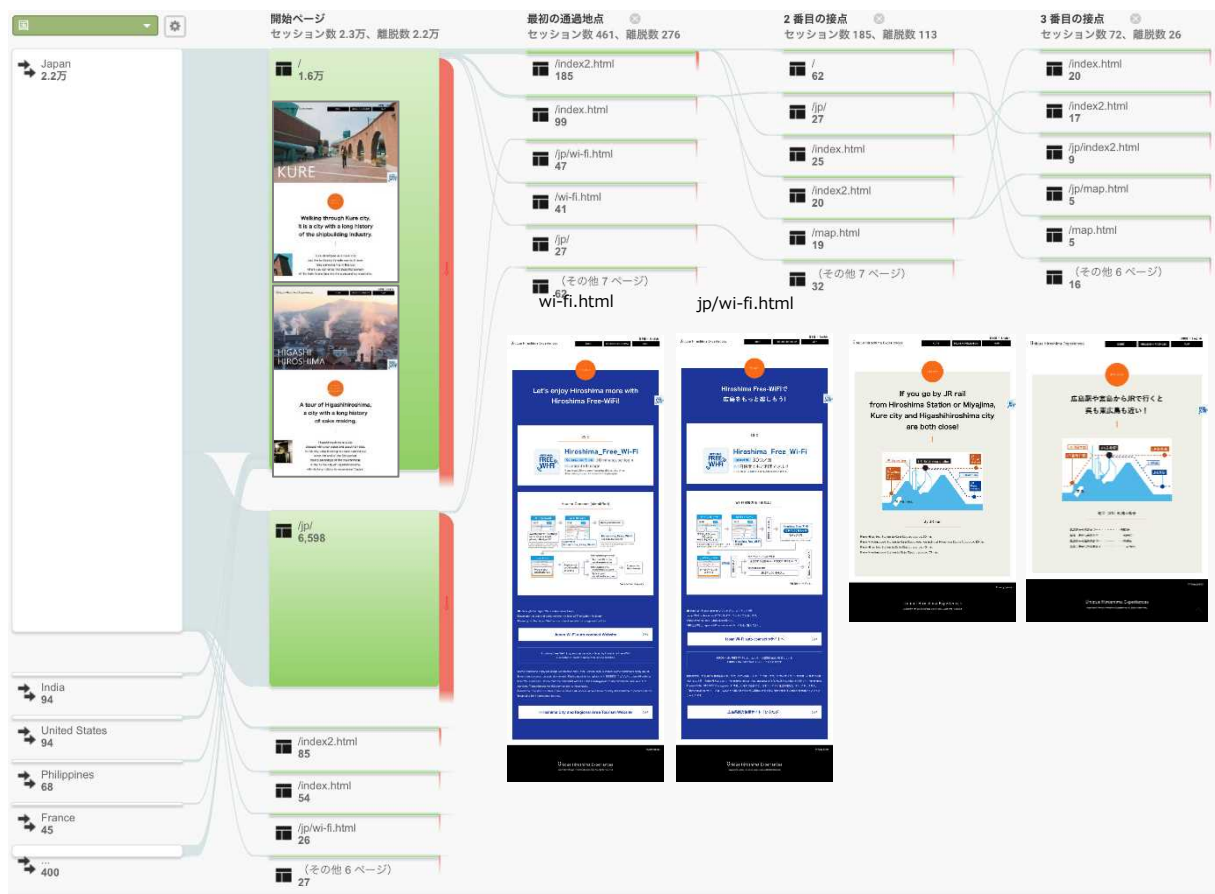
3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

10. サイト内遷移状況

1ページで完結できるページ構成のため、想定通りではあるが全体の約98%が最初のページで離脱した結果となった。



3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

情報発信で、一番有効な媒体はSNS広告のレスポンスティブディスプレイ広告であった。ついで、Instagram広告、Facebook広告であった。YouTube広告については、広告閲覧はあるもののクリックしてランディングページ閲覧まではハードルが高いと見受けられる。

11.流入元ごとのユーザー数

1.	google-display / banner-kure-A	4,899 (28.16%)	■ Googleレスポンスティブディスプレイ広告
2.	google-display / banner-kure-B	3,455 (19.86%)	■
3.	wifi-cloud.jp / referral	2,860 (16.44%)	Wi-FiのAPからのアクセス
4.	google-display / banner-saijo-B	1,537 (8.83%)	■
5.	(direct) / (none)	1,011 (5.81%)	ブックマーク/メールリンク/ QR/不明等
6.	instagram / banner-kure-B	655 (3.76%)	■ Instagram広告
7.	facebook / banner-saijo-B	570 (3.28%)	■ Facebook広告
8.	google-listing / listing-kure	484 (2.78%)	■ Googleリスティング広告
9.	instagram / banner-saijo-B	469 (2.70%)	■
10.	google-display / banner-saijo-A	368 (2.12%)	■
11.	google-listing / listing-saijo	327 (1.88%)	■
12.	facebook / banner-kure-B	323 (1.86%)	■
13.	facebook / banner-kure-A	190 (1.09%)	■
14.	facebook / banner-saijo-A	75 (0.43%)	■
15.	instagram / banner-kure-A	44 (0.25%)	■
16.	instagram / banner-saijo-A	26 (0.15%)	■
17.	google / cpc	23 (0.13%)	
18.	youtube / video-kure	20 (0.11%)	■ YouTube広告
19.	m.facebook.com / referral	17 (0.10%)	
20.	youtube / video-saijo	17 (0.10%)	■
21.	baidu / organic	8 (0.05%)	
22.	google / organic	6 (0.03%)	
23.	facebook.com / referral	3 (0.02%)	
24.	youtube.com / referral	3 (0.02%)	
25.	bing / organic	1 (0.01%)	

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

12.日ごとのアクセス状況詳細

		ページビュー	セッション数	新規訪問者数	QR 呉PV	QR 東広島PV
10月	10/25(月)	374	310	226	0	0
	10/26(火)	302	236	141	0	0
	10/27(水)	759	638	539	0	0
	10/28(木)	299	260	158	0	0
	10/29(金)	597	511	429	0	0
	10/30(土)	330	282	186	1	0
	10/31(日)	486	416	310	1	0
11月	11/1(月)	283	258	153	0	0
	11/2(火)	234	205	140	2	3
	11/3(水)	969	819	716	0	0
	11/4(木)	677	608	485	1	0
	11/5(金)	379	324	226	1	0
	11/6(土)	519	468	401	1	0
	11/7(日)	559	509	402	0	0
	11/8(月)	590	531	416	0	0
	11/9(火)	672	597	458	1	0
	11/10(水)	294	233	141	1	0
	11/11(木)	608	553	459	0	3
	11/12(金)	348	260	170	1	0
	11/13(土)	714	633	526	0	0
	11/14(日)	308	239	130	0	0
	11/15(月)	655	565	452	0	0
	11/16(火)	280	230	106	0	0
	11/17(水)	606	525	418	1	0
	11/18(木)	310	253	138	0	0
	11/19(金)	309	274	155	0	0
	11/20(土)	581	521	430	0	0
	11/21(日)	762	690	534	0	0
	11/22(月)	603	540	451	0	0
	11/23(火)	115	90	51	1	2
	11/24(水)	267	237	126	0	0
	11/25(木)	615	585	478	0	0
	11/26(金)	328	268	139	0	0
	11/27(土)	661	597	497	0	0
	11/28(日)	266	232	156	0	0
	11/29(月)	713	645	543	1	0
	11/30(火)	498	269	158	0	0
12月	12/1(水)	558	495	376	3	2
	12/2(木)	248	206	104	0	0
	12/3(金)	785	744	629	0	0
	12/4(土)	302	260	169	0	1
	12/5(日)	717	614	508	0	0
	12/6(月)	257	197	97	0	0
	12/7(火)	604	552	436	0	0
	12/8(水)	192	169	95	0	0
	12/9(木)	573	525	413	0	0
	12/10(金)	213	190	105	0	0
	12/11(土)	632	587	492	0	0
	12/12(日)	728	643	530	0	0
	12/13(月)	359	245	120	0	0
	12/14(火)	717	546	402	0	0
	12/15(水)	279	216	120	0	0
	12/16(木)	332	287	183	0	0
	12/17(金)	668	604	467	0	0
	12/18(土)	418	360	288	0	0
	12/19(日)	618	507	414	1	0
	合計	27,070	23,358	17,592	17	11

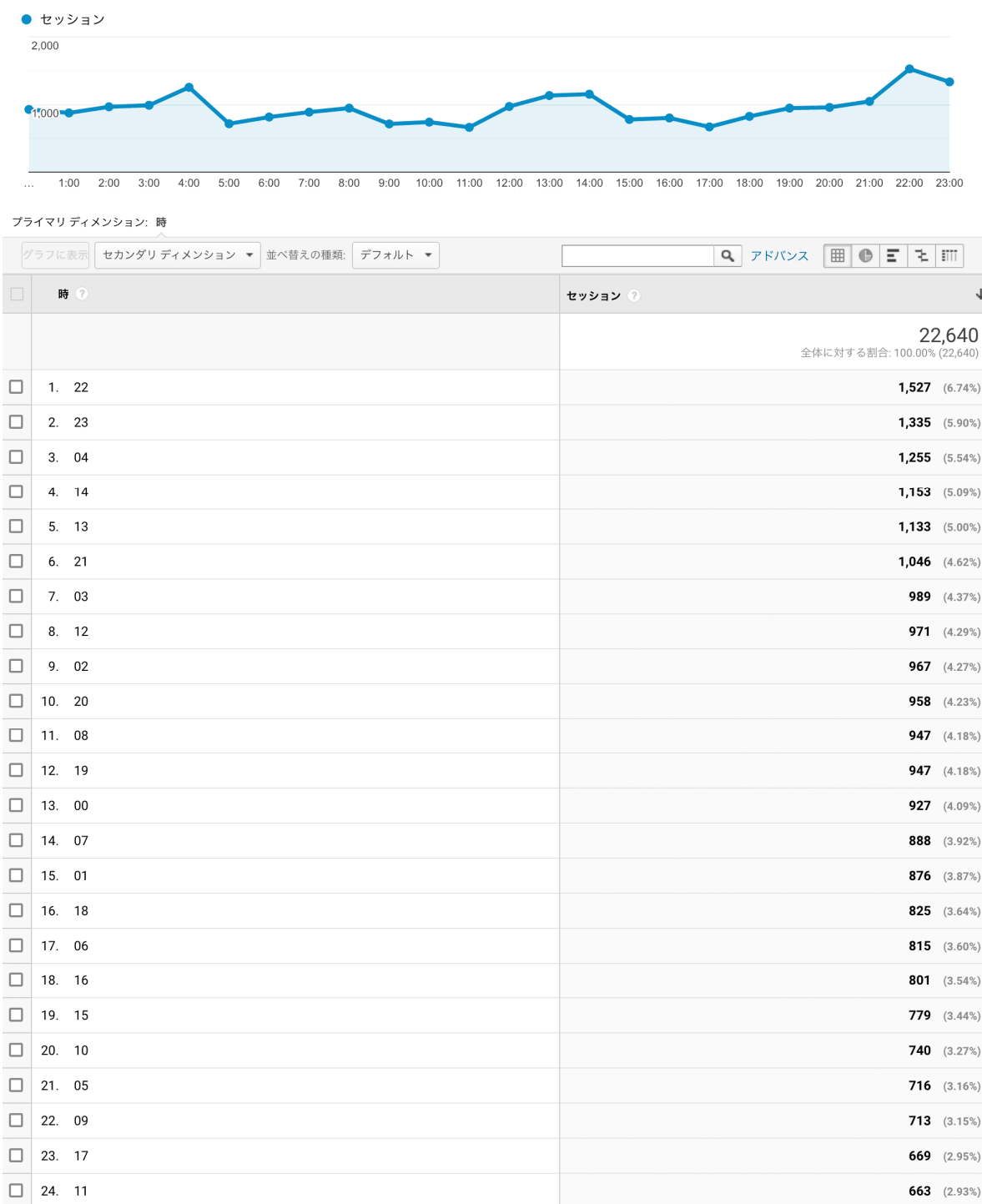
3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

13.時間帯別ごとのアクセス状況詳細

※多くの流入が配信広告からとなり、時間帯別のアクセス状況はあくまで参考値となる。



(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

①ランディングページへのアクセスレポート

14.日別・時間帯別ごとのユーザー数

100以上 20以上99未満

		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
10月25日	月	15	10	14	13	15	10	12	8	21	9	5	5	4	4	18	17	16	26	11	4	16	14	17	11
10月26日	火	13	10	21	18	12	10	12	5	5	4	4	5	0	3	8	21	9	9	4	5	12	15	6	9
10月27日	水	11	16	14	19	14	12	18	31	11	3	2	4	2	1	13	17	14	60	117	120	56	13	24	12
10月28日	木	17	21	13	14	17	13	13	9	6	2	2	4	2	2	16	17	12	10	5	11	13	11	14	7
10月29日	金	11	8	19	13	13	8	16	19	4	3	4	5	78	131	37	10	10	13	14	9	12	14	18	14
10月30日	土	22	15	11	15	15	21	11	9	9	3	3	5	1	3	8	5	10	8	14	13	12	20	15	18
10月31日	日	19	14	16	18	15	14	9	9	7	3	3	0	0	0	10	9	13	10	11	15	140	28	18	17
11月1日	月	18	14	17	7	14	8	22	7	4	6	3	0	7	3	8	13	12	7	11	5	13	14	16	8
11月2日	火	16	12	13	15	9	9	7	3	0	1	3	0	4	5	9	4	9	5	13	6	16	8	15	17
11月3日	水	23	26	29	58	377	47	18	16	20	23	15	1	3	8	9	11	14	5	10	7	15	17	9	8
11月4日	木	10	19	18	14	11	14	11	8	1	2	1	1	1	5	7	17	11	9	17	18	78	144	123	26
11月5日	金	21	23	19	17	12	9	9	6	11	2	4	1	2	4	5	9	6	14	22	22	19	23	21	25
11月6日	土	31	47	57	74	55	8	9	13	6	5	2	1	1	0	6	5	11	9	19	19	16	12	24	19
11月7日	日	18	31	24	29	33	56	94	14	4	3	1	2	1	10	13	12	7	18	13	15	11	15	18	30
11月8日	月	16	77	146	66	16	14	7	7	10	1	0	1	5	14	8	10	11	6	8	16	4	11	19	15
11月9日	火	14	13	11	13	18	19	11	3	2	0	2	1	20	42	113	147	36	11	9	16	7	13	18	15
11月10日	水	15	15	15	16	11	15	8	22	3	2	0	1	0	7	9	7	6	10	8	16	7	9	8	11
11月11日	木	13	8	14	9	14	4	6	2	2	1	2	1	2	16	45	58	54	77	86	70	14	8	17	6
11月12日	金	18	15	11	15	21	9	8	4	1	0	3	0	1	7	15	8	17	12	14	14	9	16	12	24
11月13日	土	10	10	8	15	12	5	5	5	6	3	4	13	9	13	16	65	203	80	19	24	18	21	20	17
11月14日	日	16	9	9	12	12	7	7	7	8	0	4	0	2	13	14	8	5	13	11	16	13	21	10	13
11月15日	月	17	14	12	17	10	9	8	3	6	3	3	2	1	9	16	35	108	108	86	22	10	11	10	14
11月16日	火	14	17	13	10	10	9	9	3	3	4	3	2	1	8	14	5	9	13	7	12	11	15	7	16
11月17日	水	15	18	11	12	12	8	14	4	0	1	1	1	35	88	181	12	14	7	10	12	8	12	8	9
11月18日	木	12	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	16	14	12	11	2	
11月19日	金	4	2	1	1	2	7	10	15	6	10	17	8	12	17	10	19	18	16	21	16	20	11	6	5
11月20日	土	5	4	2	2	4	3	6	8	6	13	14	17	21	9	12	20	19	18	20	16	15	14	25	164
11月21日	日	37	11	2	4	9	8	4	10	17	11	12	13	10	15	18	22	18	20	150	234	28	20	19	12
11月22日	月	9	3	1	1	0	1	6	15	3	9	10	6	16	13	19	10	17	9	20	8	10	14	5	6
11月23日	火	7	2	2	0	3	6	25	71	176	88	28	17	36	23	20	17	19	5	3	3	2	7	11	9
11月24日	水	8	6	15	16	10	8	11	17	18	19	19	17	11	12	6	5	0	1	2	1	1	8	6	8
11月25日	木	7	5	17	12	28	26	67	120	148	35	22	9	13	11	13	9	4	2	1	2	0	7	20	9
11月26日	金	14	12	9	15	13	8	17	16	8	13	23	14	13	11	11	6	1	3	3	1	44	59	101	150
11月27日	土	12	18	18	8	22	16	18	17	23	12	16	8	15	6	9	5	3	0	1	0	0	3	12	5
11月28日	日	10	17	20	15	12	12	18	15	14	18	17	13	5	8	8	6	1	1	1	3	4	7	10	6
11月29日	月	4	9	7	17	11	13	8	54	66	100	165	97	16	15	14	10	8	2	1	5	5	8	14	14
11月30日	火	7	10	8	10	8	16	12	13	17	15	13	14	17	16	20	5	7	6	1	1	2	9	251	13
12月1日	水	10	9	14	18	9	6	13	15	23	15	13	13	12	9	4	5	5	1	3	0	5	3	13	5
12月2日	木	2	11	13	15	8	9	11	8	10	16	11	12	11	15	7	5	0	1	0	1	2	2	12	9
12月3日	金	10	18	13	16	12	13	12	16	20	31	51	84	245	143	20	17	8	4	1	5	3	5	10	7
12月4日	土	14	11	19	13	17	8	8	14	13	11	21	10	9	10	12	5	4	1	1	12	30	56	77	95
12月5日	日	154	8	10	12	14	18	17	11	14	10	12	15	15	14	4	4	5	6	1	3	1	5	8	9
12月6日	月	15	5	16	8	8	4	18	11	8	5	7	10	16	11	5	1	2	1	1	9	31	100	98	107
12月7日	火	17	8	12	13	6	12	12	18	15	17	10	8	10	9	9	2	1	2	0	2	2	5	8	8
12月8日	水	3	9	8	10	6	8	3	19	22	15	7	5	10	7	4	6	3	4	2	85	155	72	18	12
12月9日	木	8	7	11	13	10	11	5	7	13	11	9	16	10	10	6	2	5	3	3	0	1	4	7	7
12月10日	金	8	6	12	17	12	6	14	11	11	15	14	7	5	9	4	3	0	3	0	2	4	6	8	3
12月11日	土	21	48	93	112	136	15	25	20	13	12	8	13	11	10	7	4	4	0	3	3	4	4	3	9
12月12日	日	8	10	13	10	14	15	19	17	11	19	20	22	72	199	138	14	4	0	1	1	2	7	17	10
12月13日	月	9	11	13	19	12	6	11	9	22	11	7	15	17	6	8	6	1	3	1	0	1	18	155	155
12月14日	火	9	10	8	18	14	14	16	12	14	11	11	8	17	9	12	2	2	2	3	0	2	4	8	13
12月15日	水	9	10	14	13	17	18	9	16	8	15	15	14	11	10	4	7	2	0	1	4	2	6	11	9
12月16日	木	5	9	5	8	9	10	9	21	12	11	19	18	24	26	52	6	4	4	26	20	25	39	79	63
12月17日	金	43	60	21	29	28	20	22	14	15	11	17	18	12	11	5	9	3	3	3	2	2	3	8	6
12月18日	土	5	11	12	16	14	11	15	9	9	10	18	25	36	55	72	12	1	4	3	3	1	6	11	25
12月19日	日	23	34	22	26	21	38	30	41	30	31	27	53	44	9	5	4	3	1	1	1	1	4	8	6

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

②動画閲覧数レポート

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

②動画閲覧数レポート

◆YouTube動画報告（2021/10/25～12/19）



【呉市 15秒バージョン】日別・デバイスタイプ別

ユニーク視聴者数	7,388
視聴者あたりの平均視聴回数	1.1
視聴回数	7,416

■ 呉市	■ 15秒バージョン		
日付	ユニーク視聴者数	視聴者あたりの 平均視聴回数	視聴回数
10/25(月)	76	1.0	76
10/26(火)	89	1.0	90
10/27(水)	116	1.0	118
10/28(木)	104	1.0	105
10/29(金)	113	1.0	114
10/30(土)	101	1.0	101
10/31(日)	103	1.0	104
11/1(月)	111	1.0	111
11/2(火)	124	1.0	124
11/3(水)	106	1.0	106
11/4(木)	94	1.0	94
11/5(金)	86	1.0	87
11/6(土)	104	1.0	104
11/7(日)	120	1.0	120
11/8(月)	106	1.0	106
11/9(火)	125	1.0	125
11/10(水)	108	1.0	108
11/11(木)	119	1.0	120
11/12(金)	124	1.0	124
11/13(土)	141	1.0	140
11/14(日)	116	1.0	120
11/15(月)	140	1.0	139
11/16(火)	136	1.0	136
11/17(水)	126	1.0	127
11/18(木)	103	1.0	103
11/19(金)	123	1.0	125
11/20(土)	140	1.0	140
11/21(日)	145	1.0	146
11/22(月)	133	1.0	132
11/23(火)	135	1.0	135
11/24(水)	113	1.0	114
11/25(木)	146	1.0	145
11/26(金)	127	1.0	128
11/27(土)	114	1.0	114
11/28(日)	109	1.0	110
11/29(月)	125	1.0	125
11/30(火)	134	1.0	134
12/1(水)	119	1.0	119
12/2(木)	113	1.0	114
12/3(金)	126	1.0	127
12/4(土)	160	1.0	159
12/5(日)	117	1.0	117
12/6(月)	138	1.0	139
12/7(火)	160	1.0	160
12/8(水)	183	1.0	185
12/9(木)	174	1.0	174
12/10(金)	193	1.0	196
12/11(土)	197	1.0	200
12/12(日)	155	1.0	157
12/13(月)	199	1.0	198
12/14(火)	180	1.0	180
12/15(水)	173	1.0	172
12/16(木)	175	1.0	176
12/17(金)	206	1.0	207
12/18(土)	207	1.0	208
12/19(日)	78	1.0	78
合計	7,388	1.1	7,416

■ 呉市	■ 15秒バージョン		
デバイスタイプ	ユニーク視聴者数	視聴者あたりの 平均視聴回数	視聴回数
スマートフォン	3,888	1.0	3,964
テレビ	1,529	1.0	1,511
パソコン	989	1.1	970
タブレット	982	1.1	971
合計	7,388	1.1	7,416

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

②動画閲覧数レポート

◆YouTube動画報告（2021/10/25～12/19）



【呉市 3分バージョン】日別・デバイスタイプ別

ユニーク視聴者数	75
視聴者あたりの平均視聴回数	1.3
視聴回数	91

■ 呉市	■ 3分バージョン			
日付	ユニーク視聴者数	視聴者あたりの 平均視聴回数	視聴回数	
10/25(月)	4	1.0	4	
10/26(火)	2	1.0	2	
10/27(水)	6	1.2	7	
10/28(木)	7	1.0	7	
10/29(金)	2	2.0	4	
10/30(土)	3	1.0	3	
10/31(日)	1	1.0	1	
11/1(月)	5	1.2	6	
11/2(火)	1	1.0	1	
11/3(水)	3	1.0	3	
11/4(木)	2	1.0	2	
11/5(金)	2	1.5	3	
11/6(土)	0	0.0	0	
11/7(日)	0	0.0	0	
11/8(月)	1	1.0	1	
11/9(火)	3	1.0	3	
11/10(水)	0	0.0	0	
11/11(木)	3	1.0	3	
11/12(金)	2	1.0	2	
11/13(土)	1	1.0	1	
11/14(日)	4	1.8	7	
11/15(月)	1	1.0	1	
11/16(火)	1	1.0	1	
11/17(水)	0	0.0	0	
11/18(木)	1	4.0	4	
11/19(金)	0	0.0	0	
11/20(土)	0	0.0	0	
11/21(日)	1	1.0	1	
11/22(月)	2	1.0	2	
11/23(火)	2	1.0	2	
11/24(水)	1	1.0	1	
11/25(木)	1	2.0	2	
11/26(金)	1	1.0	1	
11/27(土)	0	0.0	0	
11/28(日)	0	0.0	0	
11/29(月)	1	2.0	2	
11/30(火)	0	0.0	0	
12/1(水)	0	0.0	0	
12/2(木)	1	1.0	1	
12/3(金)	2	1.0	2	
12/4(土)	0	0.0	0	
12/5(日)	2	2.5	5	
12/6(月)	2	1.0	2	
12/7(火)	1	1.0	1	
12/8(水)	0	0.0	0	
12/9(木)	1	1.0	1	
12/10(金)	0	0.0	0	
12/11(土)	1	1.0	1	
12/12(日)	0	0.0	0	
12/13(月)	0	0.0	0	
12/14(火)	0	0.0	0	
12/15(水)	0	0.0	0	
12/16(木)	1	1.0	1	
12/17(金)	0	0.0	0	
12/18(土)	0	0.0	0	
12/19(日)	0	0.0	0	
合計	75	1.3	91	

■ 呉市	■ 3分バージョン			
デバイスタイプ	ユニーク視聴者数	視聴者あたりの 平均視聴回数	視聴回数	
スマートフォン	49	1.1	52	
テレビ	1	0.0	0	
パソコン	21	1.6	32	
タブレット	4	2.3	7	
合計	75	1.3	91	

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

②動画閲覧数レポート ◆YouTube動画報告（2021/10/25～12/19）



【東広島市 15秒バージョン】日別・デバイスタイプ別	
ユニーク視聴者数	6,188
視聴者あたりの平均視聴回数	1.0
視聴回数	6,223

■ 東広島市	■ 15秒バージョン		
日付	ユニーク視聴者数	視聴者あたりの平均視聴回数	視聴回数
10/25(月)	146	1.0	147
10/26(火)	111	1.0	111
10/27(水)	116	1.0	116
10/28(木)	105	1.0	105
10/29(金)	103	1.0	104
10/30(土)	118	1.0	119
10/31(日)	154	1.0	154
11/1(月)	146	1.0	147
11/2(火)	141	1.0	140
11/3(水)	122	1.0	122
11/4(木)	130	1.0	130
11/5(金)	114	1.0	116
11/6(土)	180	1.0	183
11/7(日)	150	1.0	149
11/8(月)	140	1.0	140
11/9(火)	158	1.0	157
11/10(水)	116	1.0	116
11/11(木)	111	1.0	111
11/12(金)	127	1.0	129
11/13(土)	125	1.0	126
11/14(日)	107	1.0	107
11/15(月)	127	1.0	131
11/16(火)	143	1.0	142
11/17(水)	123	1.0	124
11/18(木)	100	1.0	100
11/19(金)	112	1.0	112
11/20(土)	107	1.0	107
11/21(日)	112	1.0	114
11/22(月)	84	1.0	84
11/23(火)	112	1.0	113
11/24(水)	110	1.0	111
11/25(木)	112	1.0	112
11/26(金)	105	1.0	106
11/27(土)	150	1.0	151
11/28(日)	127	1.0	129
11/29(月)	116	1.0	117
11/30(火)	140	1.0	140
12/1(水)	158	1.0	158
12/2(木)	148	1.0	147
12/3(金)	136	1.0	135
12/4(土)	160	1.0	161
12/5(日)	110	1.0	112
12/6(月)	89	1.1	95
12/7(火)	66	1.1	70
12/8(水)	63	1.0	64
12/9(木)	62	1.0	62
12/10(金)	67	1.0	67
12/11(土)	73	1.0	74
12/12(日)	71	1.0	71
12/13(月)	67	1.0	67
12/14(火)	55	1.0	55
12/15(水)	77	1.0	77
12/16(木)	57	1.0	57
12/17(金)	47	1.0	47
12/18(土)	61	1.0	61
12/19(日)	21	1.0	21
合計	6,188	1.0	6,223

■ 東広島市	■ 15秒バージョン		
デバイスタイプ	ユニーク視聴者数	視聴者あたりの平均視聴回数	視聴回数
スマートフォン	3,047	1.0	3,084
テレビ	1,240	1.0	1,232
パソコン	987	1.0	991
タブレット	914	1.0	916
合計	6,188	1.0	6,223

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

②動画閲覧数レポート

◆YouTube動画報告（2021/10/25～12/19）



【東広島市 3分バージョン】日別・デバイスタイプ別

ユニーク視聴者数	103
視聴者あたりの平均視聴回数	1.2
視聴回数	125

■ 東広島市	■ 3分バージョン		
日付	ユニーク視聴者数	視聴者あたりの 平均視聴回数	視聴回数
10/25(月)	16	1.1	17
10/26(火)	19	1.2	22
10/27(水)	5	1.0	5
10/28(木)	0	0.0	0
10/29(金)	3	1.0	3
10/30(土)	2	1.0	2
10/31(日)	0	0.0	0
11/1(月)	1	1.0	1
11/2(火)	0	0.0	0
11/3(水)	1	1.0	1
11/4(木)	0	0.0	0
11/5(金)	6	1.5	9
11/6(土)	0	0.0	0
11/7(日)	0	0.0	0
11/8(月)	0	0.0	0
11/9(火)	4	1.8	7
11/10(水)	0	0.0	0
11/11(木)	0	0.0	0
11/12(金)	2	1.0	2
11/13(土)	0	0.0	0
11/14(日)	0	0.0	0
11/15(月)	0	0.0	0
11/16(火)	0	0.0	0
11/17(水)	1	1.0	1
11/18(木)	1	3.0	3
11/19(金)	1	1.0	1
11/20(土)	0	0.0	0
11/21(日)	2	2.5	5
11/22(月)	1	1.0	1
11/23(火)	0	0.0	0
11/24(水)	1	1.0	1
11/25(木)	1	1.0	1
11/26(金)	2	1.5	3
11/27(土)	10	1.1	11
11/28(日)	2	2.0	4
11/29(月)	0	0.0	0
11/30(火)	1	1.0	1
12/1(水)	0	0.0	0
12/2(木)	2	1.0	2
12/3(金)	1	1.0	1
12/4(土)	1	1.0	1
12/5(日)	1	1.0	1
12/6(月)	0	0.0	0
12/7(火)	0	0.0	0
12/8(水)	1	1.0	1
12/9(木)	1	1.0	1
12/10(金)	1	1.0	1
12/11(土)	1	1.0	1
12/12(日)	1	1.0	1
12/13(月)	1	2.0	2
12/14(火)	0	0.0	0
12/15(水)	1	1.0	1
12/16(木)	2	1.0	2
12/17(金)	2	1.0	2
12/18(土)	2	1.0	2
12/19(日)	3	1.7	5
合計	103	1.2	125

■ 東広島市	■ 3分バージョン		
デバイスタイプ	ユニーク視聴者数	視聴者あたりの 平均視聴回数	視聴回数
スマートフォン	79	1.2	93
テレビ	2	1.0	1
パソコン	17	1.3	22
タブレット	5	1.8	9
合計	103	1.2	125

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆WEB・SNS広告

Googleリスティング広告、Googleレスポンス広告、Google動画広告、Facebook広告、Instagram広告を配信した。

配信内容			
配信期間	令和3年10月25日(月)～12月19日(日)	年齢	20歳以上
配信エリア	広島広域都市圏	性別	男/女
言語	日本語以外の外国語	興味・関心	旅行、観光、宿泊、グルメ等

事前シミュレーション値との比較では、Google動画広告（Youtube）のみ、当初の予定よりも成果が下がっているものの、他媒体は当初の予定よりも結果として広告の表示回数は約2倍、広告クリック数は約3.5倍多く獲得した。

当初予定の合計クリック数「4,833回」に対し、実績値は「16,824回」であり、より多くのユーザーをランディングページに誘導する事が出来たと考える。

▼WEB・SNS広告 媒体別 配信実績一覧

WEB・SNS広告 配信レポート 総括 [媒体別 一覧]

2021年10月25日～2021年12月19日

広告媒体		リーチ	表示回数	クリック数	クリック率	視聴回数
Google リスティング広告	実績値		31,775	942	2.96%	
	シミュレーション値		24,114	743	3.08%	
	達成率 / 差引		131.77%	126.78%	96.25%	
Google ディスプレイ広告	実績値		2,116,147	12,920	0.61%	
	シミュレーション値		714,286	2,286	0.32%	
	達成率		296.26%	565.18%	190.79%	
Google 動画広告 (Youtube)	実績値		38,781	40	0.10%	13,655
	シミュレーション値		89,127	276	0.31%	
	達成率		43.51%	14.49%	33.27%	
Facebook広告	実績値	34,868	181,356	1,640	0.90%	
	シミュレーション値		148,423	638	0.43%	
	達成率		122.19%	257.05%	210.30%	
Instagram広告	実績値	62,244	136,582	1,282	0.94%	
	シミュレーション値		193,424	890	0.46%	
	達成率		70.61%	144.04%	204.05%	
全媒体の合計	実績値		2,504,641	16,824	0.67%	13,655
	シミュレーション値		1,169,374	4,833	0.41%	
	達成率		214.19%	348.11%	162.53%	

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Googleリスティング広告 [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

20歳～34歳までのユーザーが多く、また全体の75%以上がスマートフォンからの接触となった。

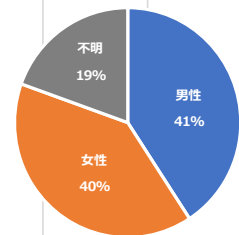
Googleリスティング広告 配信レポート [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Google		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ 等
配信形式	テキスト（検索連動型広告）		言語：日本語以外（外国語）

▼年齢層・性別

年齢層	性別	表示回数	クリック数	クリック率	年齢・性別 クリック数
20歳～24歳	男性	4,296	108	2.51%	108
	女性	2,583	90	3.48%	90
	不明	5	0	0.00%	0
25歳～34歳	男性	3,669	100	2.73%	100
	女性	2,617	115	4.39%	115
	不明	9	1	11.11%	1
35歳～44歳	男性	2,143	75	3.50%	75
	女性	1,582	62	3.92%	62
	不明	7	0	0.00%	0
45歳～54歳	男性	1,049	38	3.62%	38
	女性	866	46	5.31%	46
	不明	6	0	0.00%	0
55歳～64歳	男性	497	20	4.02%	20
	女性	388	14	3.61%	14
	不明	1	0	0.00%	0
65歳以上	男性	380	12	3.16%	12
	女性	227	9	3.96%	9
	不明	3	0	0.00%	0
不明	男性	1,634	31	1.90%	31
	女性	1,297	38	2.93%	38
	不明	8,516	183	2.15%	183



▼デバイス別

デバイス	表示回数	クリック数	クリック率	デバイス別 クリック数
モバイル	25,655	713	2.78%	713
パソコン	5,433	213	3.92%	213
タブレット	687	16	2.33%	16
テレビ画面	0	0	0.00%	0
その他	0	0	0.00%	0

全体の75%がスマートフォンデジタル広告の市場的に現状70%～90%程がスマートフォンとなる。

▼地域別

地域	表示回数	クリック数	クリック率	地域別 クリック数
広島市	27,317	768	2.81%	768
呉市	2,579	107	4.15%	107
三原市	558	19	3.41%	19
福山市	288	17	5.90%	17
廿日市市	141	11	7.80%	11
東広島市	296	6	2.03%	6
岩国市	408	8	1.96%	8
三次市	52	3	5.77%	3
柳井市	47	2	4.26%	2
竹原市	60	1	1.67%	1
安芸高田市	29	0	0.00%	0

全体の80%以上が広島市広島市内で「検索キーワード」を検索したユーザーが最も多い。

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Googleリスティング広告 [検索キーワードデータ] ヒット一覧

以下のキーワードを入力し「検索」を行ったユーザーに広告を表示した。『広島』『観光』『旅行』が多い。

Googleリスティング広告 配信レポート [検索キーワードデータ]

2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Google		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ 等
配信形式	テキスト（検索連動型広告）		言語：日本語以外（外国語）

No.	検索キーワード	表示回数	クリック数	クリック率
1	Hiroshima travel 広島旅行	10,676	251	2.35%
2	Hiroshima sightseeing 広島観光	4,141	185	4.47%
3	hiroshima museum 広島 博物館 美術館	4,499	136	3.02%
4	Hiroshima trip 広島旅行	3,597	108	3.00%
5	kure 呉	1,857	56	3.02%
6	hiroshima tour 広島旅行(ツアー)	3,249	40	1.23%
7	sightseeing 観光	291	19	6.53%
8	kure museum 呉 博物館 美術館	410	22	5.37%
9	travel 旅行	785	30	3.82%
10	tour	581	24	4.13%
11	trip	298	15	5.03%
12	Accommodation discount 宿泊割引	67	8	11.94%
13	yatomomuseum 大和ミュージアム	149	9	6.04%
14	wifi Wi-Fi	184	8	4.35%
15	booking trip 予約 旅	88	7	7.95%
16	travel travel	66	5	7.58%
17	hiroshima sake 広島 酒	125	6	4.80%
18	airline ticket reservation 航空券予約	53	3	5.66%
19	higashihiroshima city 東広島市	117	3	2.56%
20	wi wifi Wi-Fi	43	1	2.33%
21	journey	13	0	0.00%
22	wifi auto	0	0	0.00%
23	passport wifi	0	0	0.00%
24	sake city	8	0	0.00%
25	unique hiroshima experiences	114	0	0.00%
26	wireless lan	3	0	0.00%
27	spot wifi	0	0	0.00%
28	Travel booking 旅行予約	308	5	1.62%
29	Alley Karasu Kojima	0	0	0.00%
30	sakagura-dori	0	0	0.00%
31	wireless wifi	2	0	0.00%
32	wifi wireless	0	0	0.00%
33	free wifi pc	0	0	0.00%
34	wifi sns	0	0	0.00%
35	wireless network	0	0	0.00%
36	higashihiroshima museum	0	0	0.00%
37	free wifi フリーWi-Fi	32	1	3.13%
38	lan wifi	0	0	0.00%
39	wireless lan wifi	0	0	0.00%
40	wifi free spot	3	0	0.00%
41	jp wifi	1	0	0.00%
42	hiroshima free wifi	0	0	0.00%
43	JMSDF naval vessel	0	0	0.00%
44	wifi network	8	0	0.00%
45	kamotsuru	5	0	0.00%
46	wifi spot	2	0	0.00%
47	wifi spot free	0	0	0.00%
48	JR kure station	0	0	0.00%
49	JR saijo station	0	0	0.00%
50				

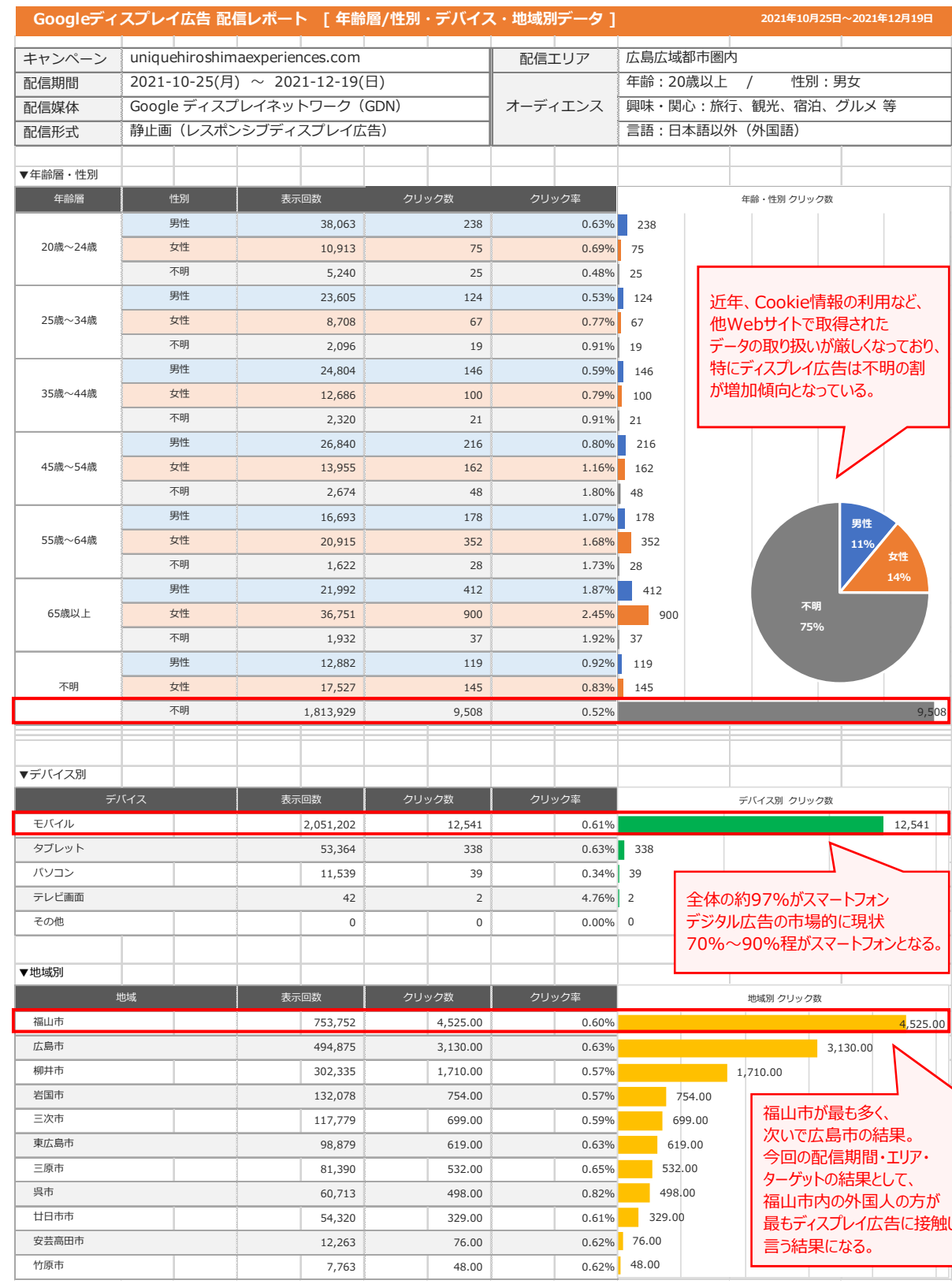
3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Googleディスプレイ広告 [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

ディスプレイ広告はGoogle以外の様々なサイトに表示される為、年齢・性別の不明が多い傾向となった。
地域別では、“福山市”でのクリック数が“広島市”を超える数値を記録した。



3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Googleディスプレイ広告 [クリエイティブ別データ]

呉市の写真データを使ったクリエイティブが露出・クリック数が多い結果となった。

Googleディスプレイ広告 配信レポート [クリエイティブ別データ]

2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Google ディスプレイネットワーク (GDN)		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ 等
配信形式	静止画 (レスポンシブディスプレイ広告)		言語：日本語以外 (外国語)

広告クリエイティブ	広告名 / サイズ
 	banner-kure-A 「1200×1200」「1200×628」
	表示回数 クリック数 クリック率
	1,061,906 6,230 0.59%

戦艦大和1/10スケール

広告クリエイティブ	広告名 / サイズ
 	banner-kure-B 「1200×1200」「1200×628」
	表示回数 クリック数 クリック率
	609,207 4,146 0.68%

艦船台巡り

広告クリエイティブ	広告名 / サイズ
 	banner-saijo-A 「1200×1200」「1200×628」
	表示回数 クリック数 クリック率
	74,112 523 0.71%

杜氏との酒蔵体験

広告クリエイティブ	広告名 / サイズ
 	bbanner-saijo-B 「1200×1200」「1200×628」
	表示回数 クリック数 クリック率
	370,922 2,021 0.54%

酒蔵の街並み

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Google動画広告 (Youtube) [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

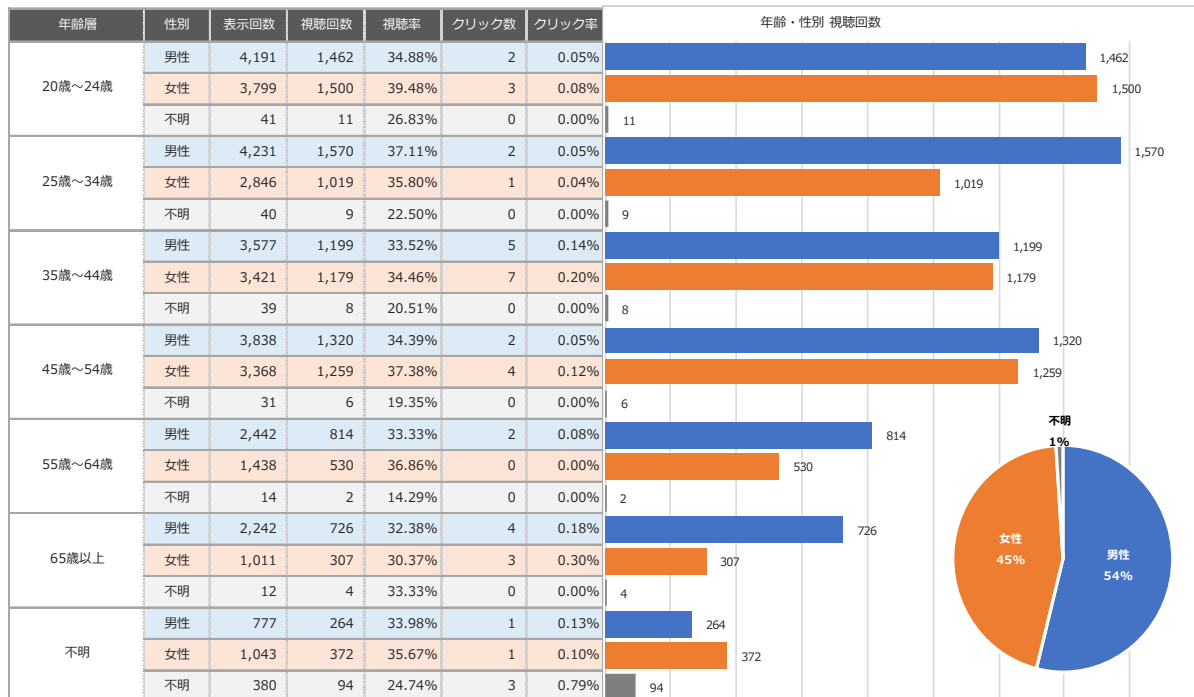
Youtube動画の再生時に表示される「5秒後にスキップ出来る広告形式」で広く露出できた。

Google動画広告 (Youtube広告) 配信レポート [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Youtube ディスプレイネットワーク		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ 等
配信形式	スキップ可能なインストリーム広告		言語：日本語以外 (外国語)

▼年齢層・性別



▼デバイス別

デバイス	表示回数	視聴回数	視聴率	クリック数	クリック率
モバイル	20,299	7,104	35.00%	29	0.14%
タブレット	5,790	1,874	32.37%	5	0.09%
パソコン	5,358	1,931	36.04%	6	0.11%
テレビ画面	7,334	2,746	0.00%	0	0.00%
その他	0	0	0.00%	0	0.00%

デバイス別 視聴回数

▼地域別

地域	表示回数	視聴回数	視聴率	クリック数	クリック率
広島市	19,565	6,836	34.94%	17	0
福山市	6,556	2,187	33.36%	7	0
東広島市	3,300	1,215	36.82%	7	0
岩国市	3,118	1,143	36.66%	2	0
呉市	2,470	964	39.03%	3	0
廿日市市	1,156	385	33.30%	1	0
三原市	1,075	395	36.74%	2	0
三次市	679	223	32.84%	0	0
安芸高田市	371	138	37.20%	0	0
柳井市	267	94	35.21%	1	0
竹原市	224	75	33.48%	0	0

地域別 視聴回数

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Google動画広告（Youtube） [クリエイティブ別データ]

Youtube動画広告は呉市・東広島市 両方のクリエイティブでバランスよく広告が表示できたが、**特に呉市の動画の視聴率が高い結果となった。**

Google動画広告（Youtube広告） 配信レポート [クリエイティブ別データ]

2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Youtube ディスプレイネットワーク		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ 等
配信形式	スキップ可能なインストリーム広告		言語：日本語以外（外国語）

広告クリエイティブ	広告名	表示回数	視聴回数	視聴率	クリック数	クリック率
	video-kure	18,100	7,397	40.9%	19	0.10%
広告素材（Youtube動画URL）		https://www.youtube.com/watch?v=9j0pzZ9NLrg				

広告クリエイティブ	広告名	表示回数	視聴回数	視聴率	クリック数	クリック率
	video-saijo	20,681	6,258	30.3%	21	0.10%
広告素材（Youtube動画URL）		https://www.youtube.com/watch?v=nLC1bb_98				

表示回数 = 広告が表示された回数

視聴回数 = 30秒以上動画が再生されたもしくは、30秒以下の素材は再生が完了した回数

視聴率 = [視聴回数] ÷ [表示回数]

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Facebook広告 [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

Facebookの利用者層データと同じく、性別は男性の方が多く、年齢層は25歳～34歳が特に多い結果となった。

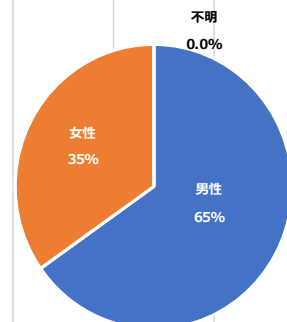
Facebook広告 配信レポート [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Facebook		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ 等
配信形式	静止画 (シングル画像)		言語：日本語以外 (外国語)

▼年齢層・性別

年齢層	性別	リーチ	imp	クリック数	クリック率	年齢・性別 クリック数
20歳～24歳	男性	3,711	17,784	118	0.66%	118
	女性	2,016	7,875	58	0.74%	58
	不明	6	77	0	0.00%	0
25歳～34歳	男性	10,630	59,352	482	0.81%	482
	女性	4,769	19,662	146	0.74%	146
	不明	44	100	0	0.00%	0
35歳～44歳	男性	3,931	25,024	205	0.82%	205
	女性	2,661	14,472	137	0.95%	137
	不明	40	139	0	0.00%	0
45歳～54歳	男性	1,795	9,039	82	0.91%	82
	女性	2,048	11,011	118	1.07%	118
	不明	24	30	0	0.00%	0
55歳～64歳	男性	1,046	5,622	83	1.48%	83
	女性	834	5,068	77	1.52%	77
	不明	12	25	0	0.00%	0
65歳～	男性	974	4,427	100	2.26%	100
	女性	325	1,647	34	2.06%	34
	不明	2	2	0	0.00%	0



▼デバイスプラットフォーム別

デバイスプラットフォーム	リーチ	imp	クリック数	クリック率	デバイスプラットフォーム別 クリック数
モバイルアプリ	33,175	173,177	1,518	0.88%	1,518
モバイルサイト	445	1,204	7	0.58%	7
デスクトップ	2,361	6,975	115	1.65%	115
その他	0	0	0	0.00%	0

全体の約92%がモバイルアプリ
ほとんどのユーザーがFacebookアプリ
の利用中に広告に接触している。

▼地域別 (都道府県単位)

地域	リーチ	imp	クリック数	クリック率	地域別 クリック数
広島県	29,597	154,860	1,485	0.96%	1,485
山口県	5,270	26,496	155	0.58%	155

Facebookは、細かいエリア単位の
データ出力が不可な為、都道府県別
にデータを記載。
全体の90%が広島県
山口県の対象エリアは、岩国市と柳
井市となる。

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Facebook広告 [クリエイティブ別データ]

Facebook広告のクリエイティブ別では、**東広島市の風景のバナーが最もパフォーマンスが高い結果となった。**

Facebook広告 配信レポート [クリエイティブ別データ]

2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Facebook		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ等
配信形式	静止画（シングル画像）		言語：日本語以外（外国語）

広告クリエイティブ		広告名 / サイズ			
		banner-kure-A 「1080×1350」「1200×628」			
リーチ	インプレッション	クリック数	クリック率		
12,719	33,297	289	0.87%		

広告クリエイティブ		広告名 / サイズ			
		banner-kure-B 「1080×1350」「1200×628」			
リーチ	インプレッション	クリック数	クリック率		
19,101	66,173	451	0.68%		

広告クリエイティブ		広告名 / サイズ			
		banner-saijo-A 「1080×1350」「1200×628」			
リーチ	インプレッション	クリック数	クリック率		
3,417	6,806	56	0.82%		

広告クリエイティブ		広告名 / サイズ			
		bbanner-saijo-B 「1080×1350」「1200×628」			
リーチ	インプレッション	クリック数	クリック率		
25,491	75,080	844	1.12%		

広告に接触したユーザーのアクション等（表示時間、クリック、いいね等のエンゲージメント）をもとに、良いと判断されたクリエイティブが優先的に表示される仕組みとなる。

最もパフォーマンスが良いクリエイティブはクリック率が「1.12%」と他クリエイティブに比べてクリック率が高い＝反応したユーザーが多かったと言える。

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Instagram広告 [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

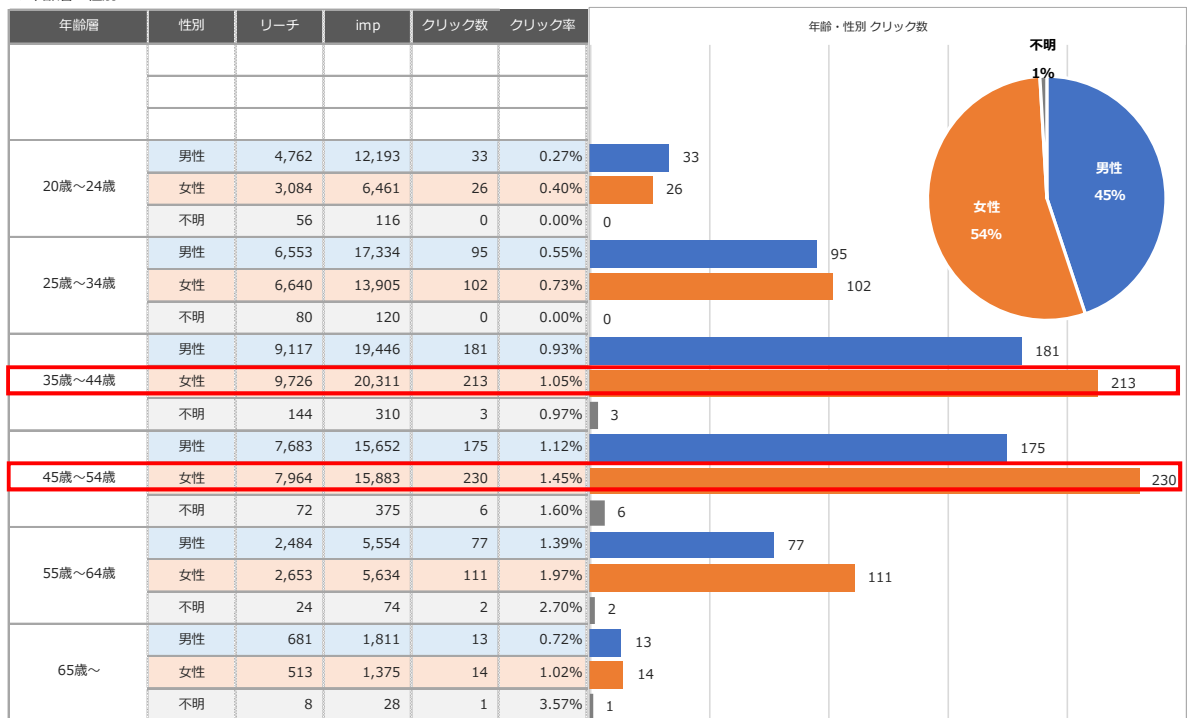
Instagram広告は、性別は女性の方が多く、年齢層は35歳～54歳が特に多い結果となった。

Instagram広告 配信レポート [年齢層/性別・デバイス・地域別データ]

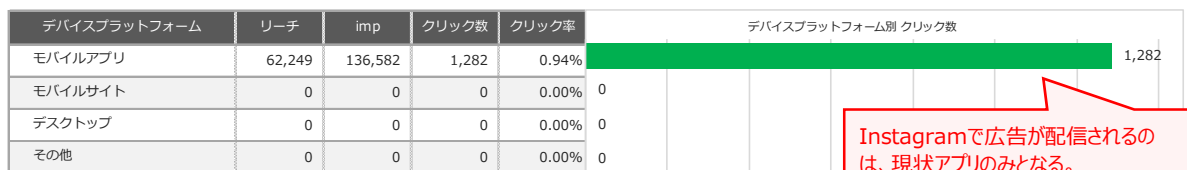
2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Instagram		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ 等
配信形式	静止画（シングル画像）		言語：日本語以外（外国語）

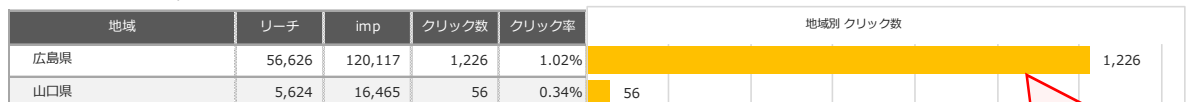
▼年齢層・性別



▼デバイスプラットフォーム別



▼地域別（都道府県単位）



3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート

◆Instagram広告 [クリエイティブ別データ]

Instagram広告では、**呉市の出演者有りのバナー**が最もパフォーマンスが良い結果となった。

Instagram広告 配信レポート [クリエイティブ別データ]

2021年10月25日～2021年12月19日

キャンペーン	uniquehiroshimaexperiences.com	配信エリア	広島広域都市圏内
配信期間	2021-10-25(月) ～ 2021-12-19(日)	オーディエンス	年齢：20歳以上 / 性別：男女
配信媒体	Instagram		興味・関心：旅行、観光、宿泊、グルメ等
配信形式	静止画（シングル画像）		言語：日本語以外（外国語）

広告クリエイティブ		広告名 / サイズ				
		banner-kure-A 「1080×1080」 「1080×1350」				
		リーチ	インプレッション	クリック数	クリック率	
		5,278	7,437	48	0.65%	

広告クリエイティブ		広告名 / サイズ				
		banner-kure-B 「1080×1080」 「1080×1350」				
		リーチ	インプレッション	クリック数	クリック率	
		41,203	64,743	700	1.08%	

広告クリエイティブ		広告名 / サイズ				
		banner-saijo-A 「1080×1080」 「1080×1350」				
		リーチ	インプレッション	クリック数	クリック率	
		3,077	3,957	27	0.68%	

広告クリエイティブ		広告名 / サイズ				
		bbanner-saijo-B 「1080×1080」 「1080×1350」				
		リーチ	インプレッション	クリック数	クリック率	
		33,143	60,445	507	0.84%	

広告に接触したユーザーのアクション等（表示時間、クリック、いいね等のエンゲージメント）をもとに、よりパフォーマンスが良いクリエイティブが優先的に表示される仕組みとなる。

最もパフォーマンスが良いクリエイティブはクリック率が「**1.08%**」と

他クリエイティブに比べてクリック率が高い＝反応したユーザーが多かったと言える。

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

③SNS広告レポート 総括

▼WEB・SNS広告 媒体別 配信実績一覧

	表示回数	クリック数	クリック率	視聴回数/ リーチ
リスティング広告	31,775	942	2.96%	
ディスプレイ広告	2,116,147	12,920	0.61%	
動画広告(YouTube)	38,781	40	0.1%	13,655
Facebook広告	181,356	1,640	0.9%	34,868
Instagram広告	136,582	1,282	0.94%	62,244
合計	2,504,641	16,784	avg.0.67%	

【SNS広告配信 考察】

ターゲットは、広島は欧米からの外国人旅行者が多いためGoogleの媒体を活用し、アジア圏で人気の高いTwitterは対象外とした。SNSについては、欧米で人気の高いFacebook、Instagramを採用した。

広告媒体別にみると、クリック率はリスティング広告の方が良いが、ディスプレイ広告は露出が高く有効であった。クリック数も13,000近く獲得できたことから、SNS広告としては優位で効果的であったと言える。実績値の考察より、**リスティング広告は20～34歳までの若年層に有効、Facebookは25歳～44歳までの男性に有効、Instagramは35歳～54歳までの女性に特に有効**であったと言える。

Facebookより表示回数の割にリーチ数が高かった。

以上より、**露出効果を高めるためにはディスプレイ広告が最も有効であると考えられる**。また、**ターゲティングしやすいのは、【34歳まで】リスティング広告、【男性】Facebook、【女性】Instagram**といえる。

クリエイティブ面でも、ターゲットに訴求する画像等を使用することが数値獲得に結びついたと考えられる。アクセスポイントからのランディングページの流入は2,860ユーザー程度であったため、ユーザー数を伸ばせたのは、Web広告の成果であったと言える。

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

総括

【クリエイティブ等の総括】

<映像について>

外国人客に対しての映像であるため、ノンバーバルでも東広島市・呉市の魅力が伝わる表現とした。

東広島市版／呉市版ともにストーリー展開のある映像としているが、一部シーンだけ切り取って観ても、《その土地の魅力》が最大限に伝わるようにするため、《魅力的な瞬間》を瞬時に捉えることのできる演出にこだわって制作した。

JR広島駅など、人通りの多い場所でのサイネージでは《一瞬でしか広告認知》されるタイミングがないことを前提に、その限られた一瞬に効率的なイメージを伝えられるよう努めた。

<ランディングページについて>

ランディングページは、映像の世界観を踏襲し、詳細情報を付加しながらイメージ連動したページとして制作した。

また特に欧米系インバウンドの嗜好性を考慮し、観光案内をする《説明的な表現》でなく、写真集をイメージして《直感的に、この場所に行きたい》と思わせるようなデザインとするよう努めた。

<情報発信中におけるプロモーションに関して>

緊急事態宣言が明けたタイミングでプロモーションが行えたものの、情報発信の期間中、海外におけるオミクロン株の報道があり、本来のインバウンドを対象とした検証ができない状況には変わりなく、広島県在住の外国人ユーザー等が反応したと推測される。

広島広域都市圏に於けるインバウンドは、欧米からが主流であることを鑑みると、今後改めて対象コンテンツの再考、回遊経路含め検討の余地があると推察する。

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

④サイネージの出稿数等

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

④サイネージの掲出数等

JR広島駅サイネージ 掲出回数

掲出期間	セット	コンテンツ	掲出回数
10月25～31日	I セット	呉市	12回/h×18h=216回/日×7日間=1512回
11月1日～7日	E セット	東広島市	12回/h×18h=216回/日×7日間=1512回
11月8日～14日	E セット	呉市	12回/h×18h=216回/日×7日間=1512回
11月15日～21日	E セット	東広島市	12回/h×18h=216回/日×7日間=1512回
11月22日～28日	E セット	呉市	12回/h×18h=216回/日×7日間=1512回
11月29日～12月5日	I セット	東広島市	12回/h×18h=216回/日×7日間=1512回
12月6日～12日	I セット	呉市	12回/h×18h=216回/日×7日間=1512回
12月13日～19日	I セット	東広島市	12回/h×18h=216回/日×7日間=1512回
			12,096回

◆設定枠数：20枠 ◆1ロール：5分（1枠15秒）◆放映時間：6時00分～24時00分
※ 掲出期間中の緊急告知等（防災、交通障害に関する情報等）は無し



Eセット

広島駅2F南北自由通路12面縦型70インチ



Iセット

広島駅2F新幹線改札内コンコース柱面20面縦型70インチ

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

④サイネージの掲出数等

情報発信期間における外国人観光案内所での案内状況

情報発信拠点

from

広島市

1. サイネージの運用状況

- 【広島駅総合案内所】
他の動画（5分程度）と呉市（3分）又は東広島市（3分）どちらかの動画をリピート再生。
 $60分 \div 11分 = 5.5回$ 5～6回/時間
- 【広島BC総合案内所、広島港総合案内所、レストハウス観光案内所】
呉市（3分）及び東広島市（3分）のPR動画をリピート再生。（ $60分 \div 3分 = 各10回/時間$ ）
- 動画を立ち止まって見ていた方 →約5、6人/日程度

2. QRカードの状況

- 他のパンフレットと一緒に手に取る方やカウンターでの問合せの後に手に取る方が見受けられた。
- QRカードそのものに関する質問は期間中に数件あった。
- 呉市や東広島市に関する問合せはコンスタントにあり、呉市（大和ミュージアム、てつのくじら館、御手洗地区など）、東広島市（西条(酒蔵通り)など）の観光案内や現地へのアクセスについて問合せを受けることがあった。
- 広島BC総合案内所では広島BC⇄呉市、広島BC⇄西条のお得なセット券を販売していたため、合わせて問い合わせに併せて案内した。

3. 公衆Wi-Fiの利用について

- いずれの案内所でも無料公衆無線LAN（HIROSHIMA FREE Wi-Fi）の利用が可能であるため、接続方法等の利用について質問、問合せがコンスタントにあった。
- 情報発信期間中の10月下旬から12月下旬の観光案内所の状況とその前後比較においては、広島県に発出されていた緊急事態宣言が9月末で解除され、秋の行楽シーズンであったこともあり、情報発信期間中の10月～12月の案内所の利用状況は期間中の前後9月1月と比較すると、それぞれ2倍以上となっている。

4. 案内所利用状況（5か所合計）

- 9月 5, 289件（内、外国人 89件）※シャレオ、レストハウス休所
- 10月 11, 263件（内、外国人 146件）
- 11月 14, 130件（内、外国人 263件）
- 12月 14, 283件（内、外国人 394件）
- 1月 6, 117件（内、外国人 166件）※シャレオ 1/9～、レストハウス 1/11～休所

5. その他

外国人旅行者向けの実証事業であったが、水際措置の影響から、外国人は在住の方がわずかに訪れる程度であった。

3.効果把握

(1)動画・コンテンツデータ等による情報発信の分析・効果把握

④サイネージの掲出数等

情報発信期間における外国人観光案内所での案内状況

情報発信拠点

from

廿日市市

1. サイネージの運用状況

1時間何回程度の掲出は8回～9回程度。
約5、6人／日程度、動画を立ち止まって見ていた方がいた。

2. QRカードの状況

数名程度、QRカードをとられた方は何名程度いた。

3. 公衆WI-FIの利用についての質問

ここでWI-FIが使えるのか質問あり（ヒロプリのパンフレットを持って行かれる方が数名いた）

4. プロモ期間中の10月下旬から12月下旬の観光案内所の状況とその前後の比較

→宮島口観光案内所来場人数 比較(2020-2021)

9月 対前年 全体34.2% 内外国人 32.9% 外国人比率 96.0% ～9/30緊急事態

10月 対前年 全体74.8% 内外国人 55.1% 外国人比率 73.7% GoTo(2020)

11月 対前年 全体82.9% 内外国人 51.2% 外国人比率 61.7%GoTo(2020)

12月 対前年 全体145.5% 内外国人 119.6% 外国人比率 82.2%

5. その他

2021.9月は緊急事態宣言（～9/30）のため激減。10月から徐々に回復傾向であったが、2020年のGoToキャンペーンほどの急増ではなく、ゆるやかな増加であった。12月は2020年度は12日から県集中対策期間に入ったこともあり、前年度よりも多い状況であったが、一方で外国人の比率は下がっており、日本人の動きが中心であったことが見える。

周遊促進先拠点

to

東広島市

通常、10月の連休に多くの観光客が訪れる「酒祭り」というイベントがあるが、今年は1ヶ月程度の期間において、オンラインでのイベントをメインとして、リアルイベントを週末に小規模で開催する形態で開催された。また同時期、東広島市内において、誘客促進のための各種キャンペーンなども実施された。

国立大学があるため、大学主催による国際センターを活用した国際交流イベントが11月に実施され、ASEAN諸国（インドネシア、カンボジア、タイ、フィリピン、ベトナム、ミャンマー）からの留学生とディスカッション等が行われた。このような状況が、外国人の訪問増加に寄与したと推察される。

呉市

市が把握できる施設来館者数等の状況（令和3年11月、12月）を確認したところ、「大和ミュージアム」と「艦船めぐり」については、他の月に比べて来館者数は増えている。

しかし、「大和ミュージアム」「艦船めぐり」とも、令和2年の同時期（11月、12月）は令和3年と同様、来館者数は他の月に比べて多い傾向にあった（GoTo実施の影響も推察される）。

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

- ①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

広島市街地

宮島周辺

レポート作成の前提

① 分析対象期間	令和3年8月30日～10月24日 令和3年10月25日～12月19日
② 分析対象拠点	情報発信前：53拠点 ※宮島の大聖院については、ログがなかったため対象外とした。 広島市街地：38拠点(148AP) 宮島周辺：15拠点(23AP))
③ 分析対象の旅行客の抽出	集計期間内で 10日以上 の利用実績があるユーザを地元民として除外
④ 言語分類	【14言語+その他の言語】 日本語、英語（米国、英語、豪州、その他）、繁体字(台湾、香港)、簡体字、ハングル、フランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語、タイ語、その他 ※ただし分類項目によっては、言語毎のユニークユーザ数を勘案し、必要に応じてグループ化する。
⑤ 観光客単位での分析	HIROSHIMA FREE Wi-Fiの利用者を一意化 (別拠点や別日でログを取得しても一人の観光客として動線を分析※ユーザ情報は匿名化)
⑥ 少数の場合の秘匿化	各項目の集計結果について、2014年7月17日 総務省主催の『緊急時等における位置情報の取扱いに関する検討会報告書位置情報プライバシーレポート』における匿名化の指針に基づき、以降の分析画面で「1～5」となる数値は、全て5として表現（秘匿化）する。なお、分析結果全体が少数の場合は、項目毎割愛する場合がある。

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

i. 広島市街地及び宮島の拠点毎の言語別ユニークユーザ数

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

from

情報発信前

from

情報発信中

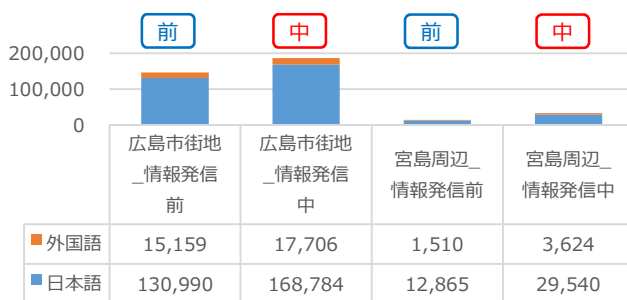
広島市街地

宮島周辺

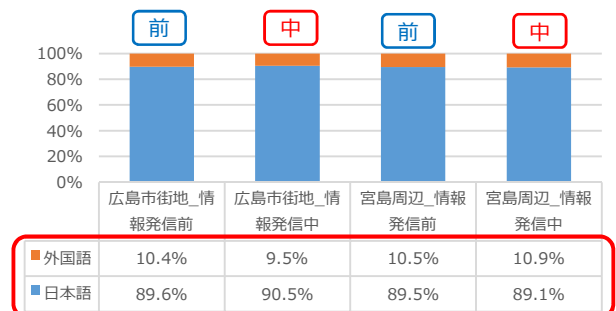
全体ユニークユーザ数

情報発信前の9月30日までは緊急事態宣言発令中であったため、ユーザ数は極めて少ない。
情報発信中は、宣言が解除された後でもあり、**日本語も外国語もユーザ数は増えているが、構成比に変動はない。**

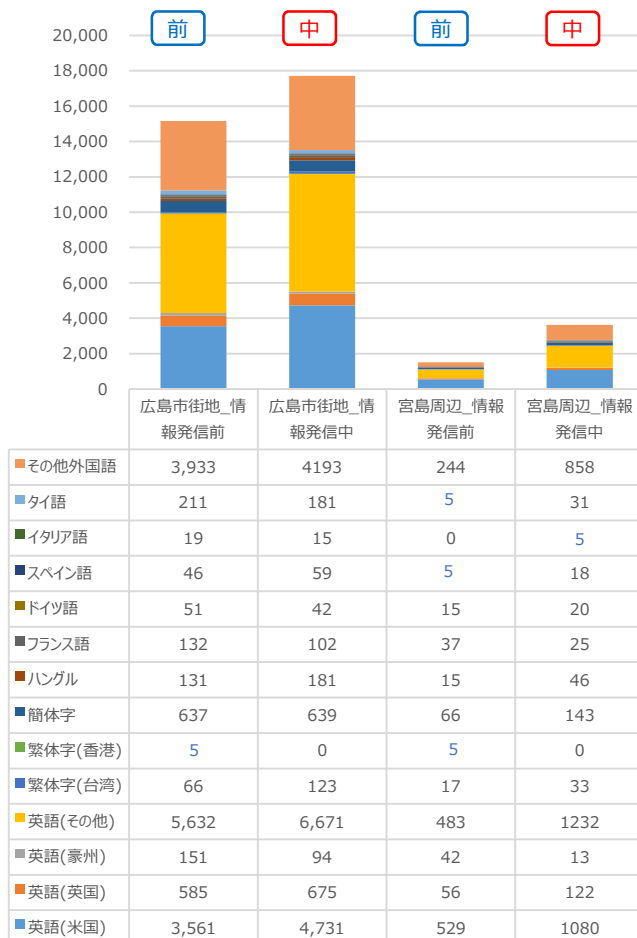
日本語・外国語のユニークユーザ数



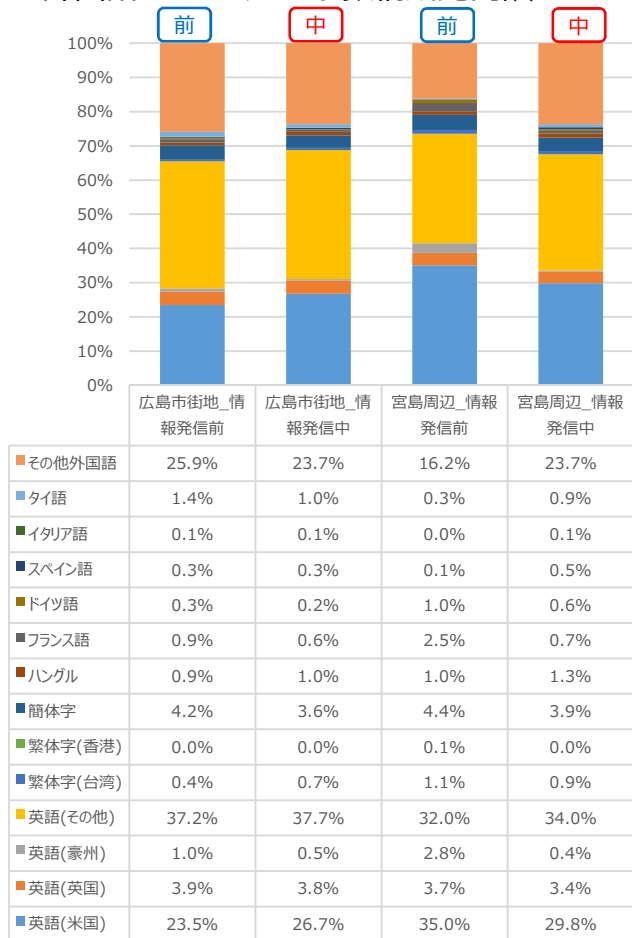
日本語・外国語のユニークユーザ数構成比



外国語のユニークユーザ数内訳



外国語のユニークユーザ数構成比内訳



3.実施内容

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

i. 広島市街地及び宮島の拠点毎の言語別ユニークユーザ数

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

from

情報発信前

from

情報発信中

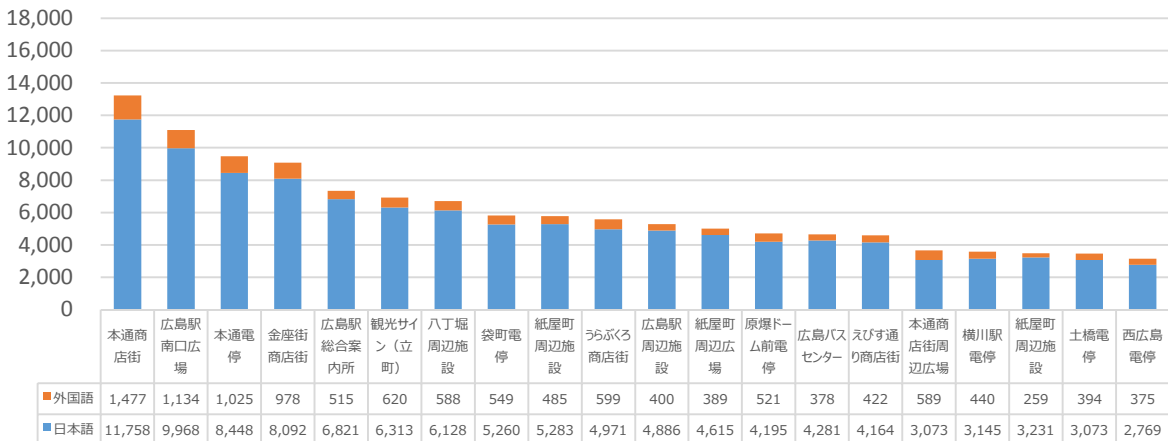
広島市街地

宮島周辺

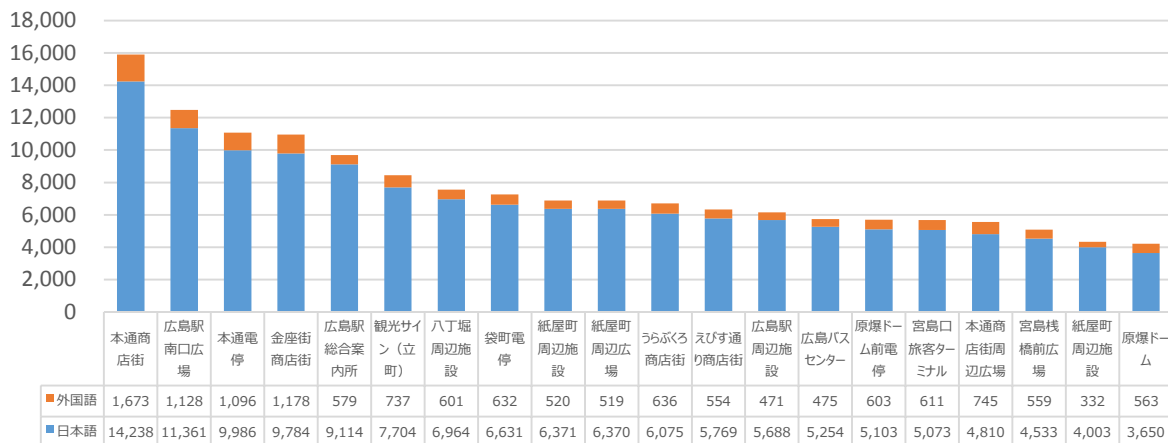
上位20拠点ユニークユーザ数

情報発信中は、緊急事態宣言中であったため、全体のユーザ数は低く外国語も少ない。
横川駅等西方面の電停がランクインしており、ゲートウェイで多く利用されていたことが見受けられる。また、この期間は宮島周辺がランク外であったため、旅行者が動いていないのが見受けられた。
また、情報発信期間においては、全体のユーザ数が増えており、宮島もランクインしているので、旅行者が若干増えているのが見受けられる。ただ、どちらの期間においても外国語は少ないことが見受けられる。

令和3年_情報発信前



令和3年_情報発信中



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

ii. 広島市街地及び宮島の拠点毎での滞在時間

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

from

情報発信前

広島市街地

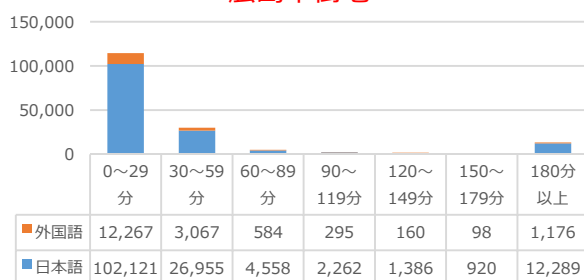
宮島周辺

各拠点の滞在時間（言語別時間毎の滞在者数・構成比）

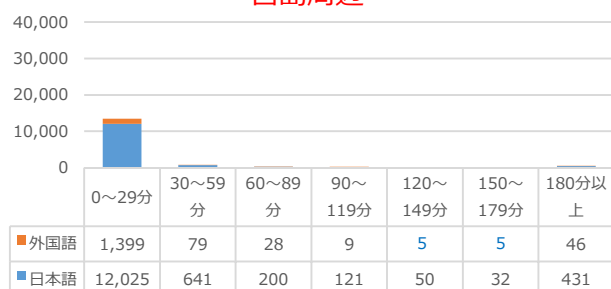
令和3年8月30日～令和3年10月24日

日本語・外国語の滞在時間ユニーク数

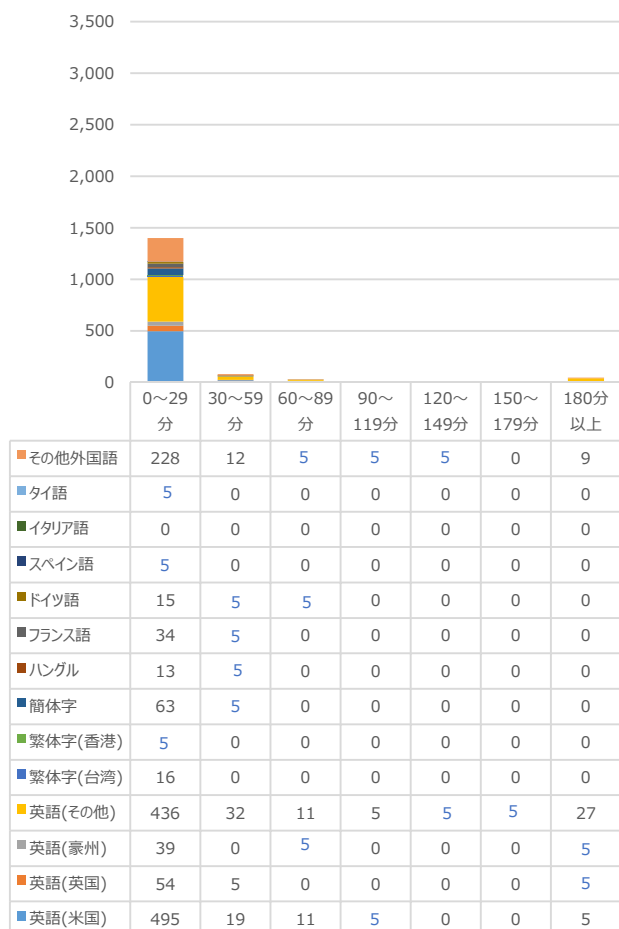
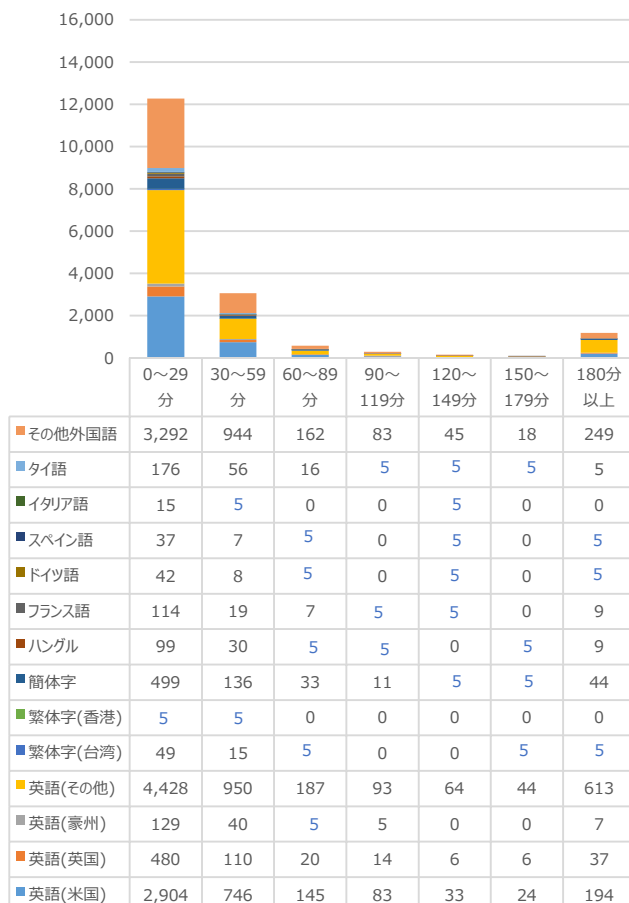
広島市街地



宮島周辺



外国語の滞在時間ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

ii. 広島市街地及び宮島の拠点毎での滞在時間

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

from

情報発信中

広島市街地

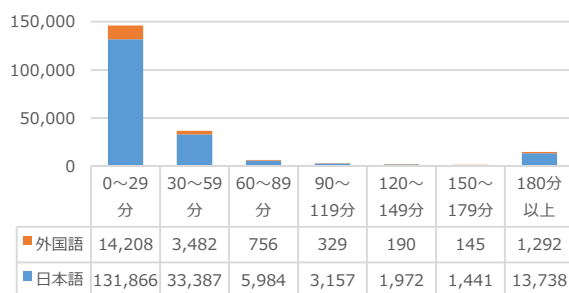
宮島周辺

各拠点の滞在時間（言語別時間毎の滞在者数・構成比）

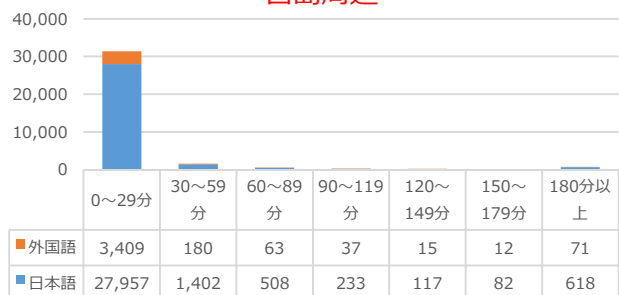
令和3年10月25日～令和3年12月19日

日本語・外国語の滞在時間ユニーク数

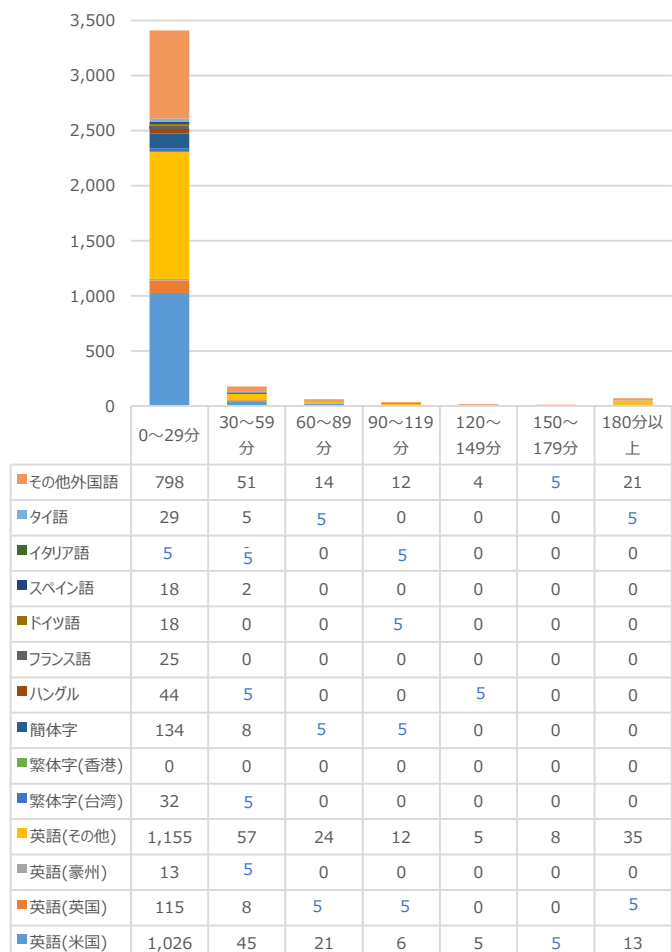
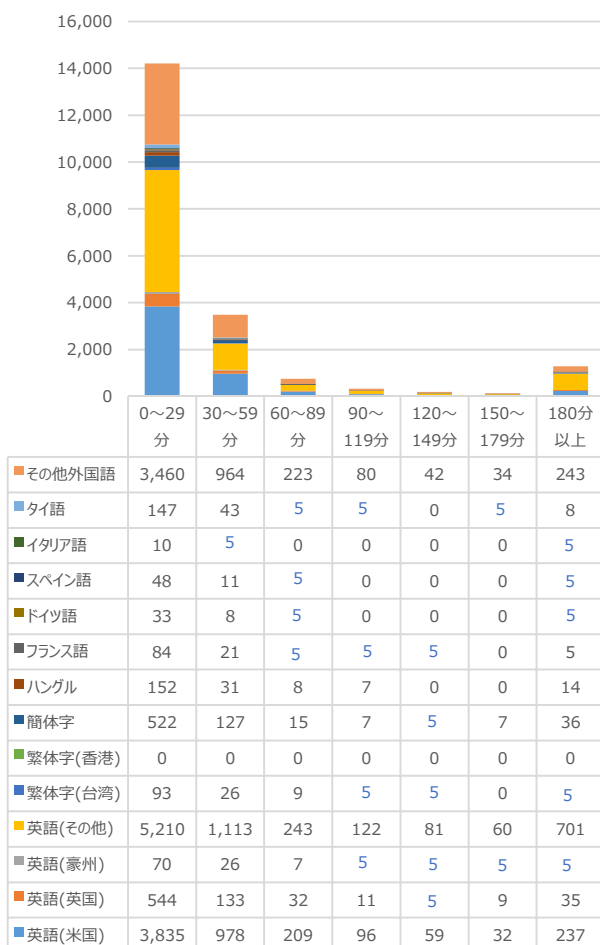
広島市街地



宮島周辺



外国語の滞在時間ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

ii. 広島市街地及び宮島の拠点毎での滞在時間

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

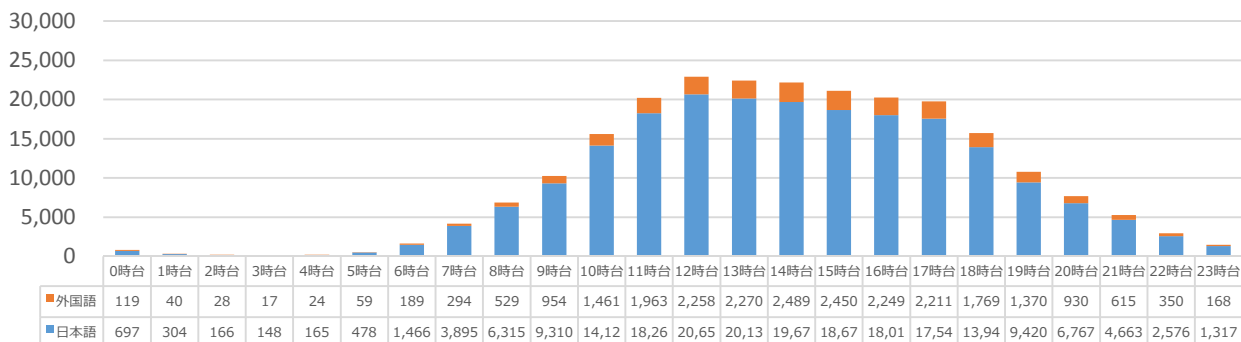
from

情報発信前

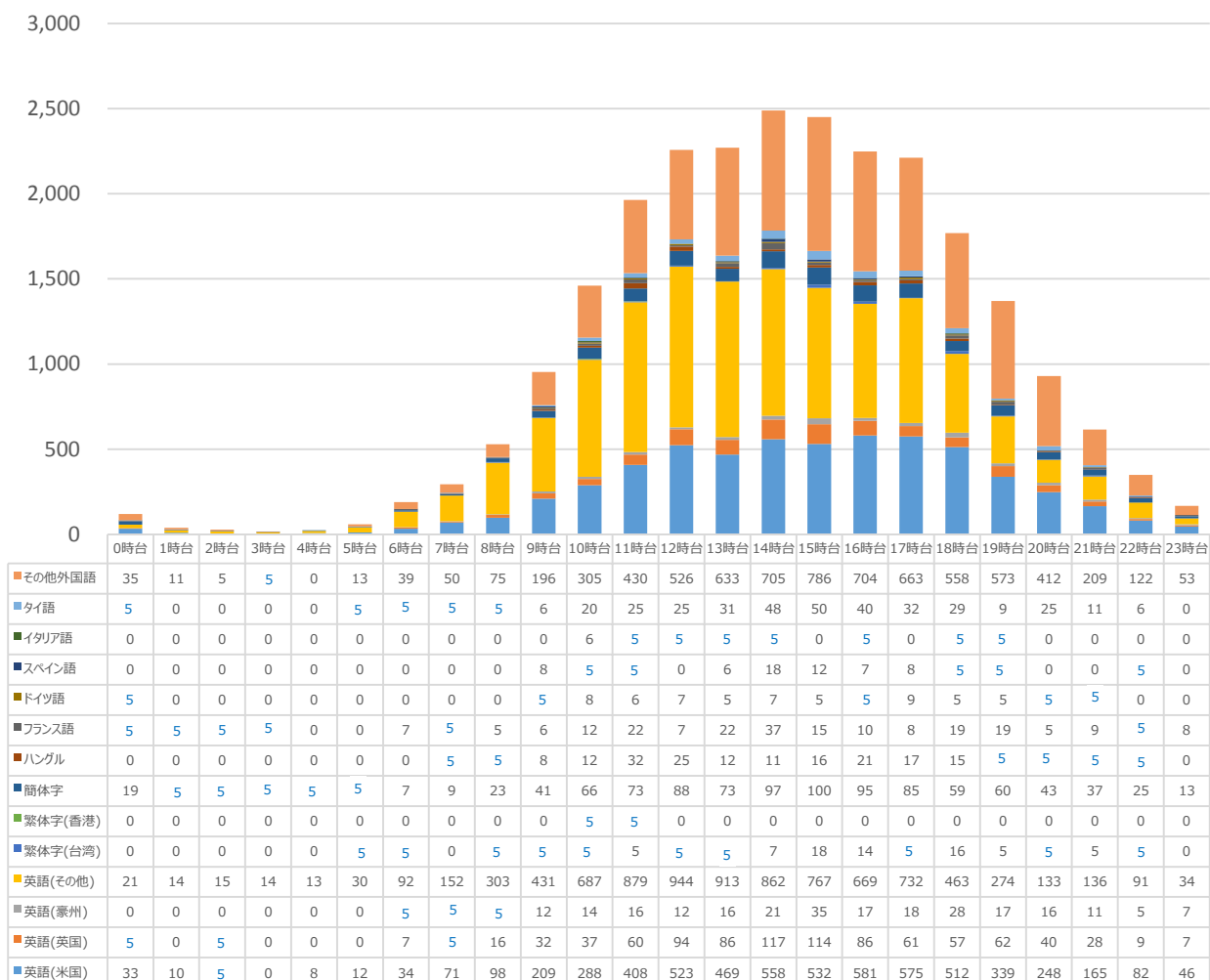
広島市街地

各拠点の言語別時間帯別滞在者数

日本語・外国語の滞在時間帯ユニーク数 令和3年8月30日～令和3年10月24日



外国語の滞在時間帯ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

ii. 広島市街地及び宮島の拠点毎での滞在時間

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

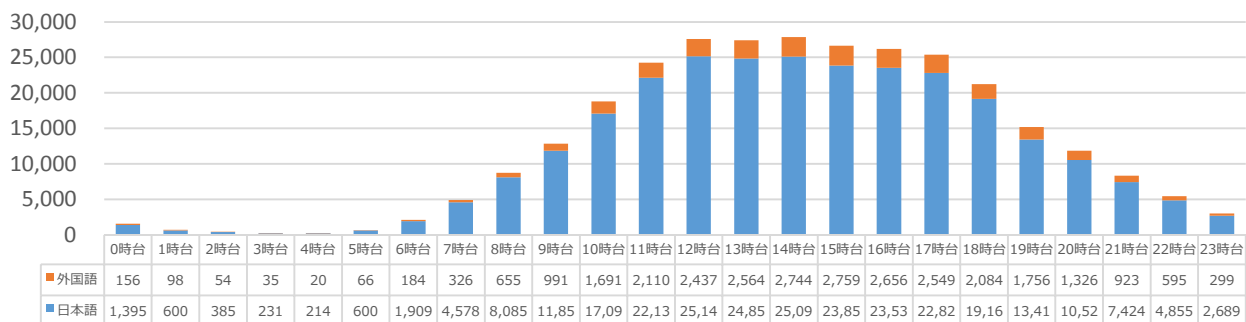
from

情報発信中

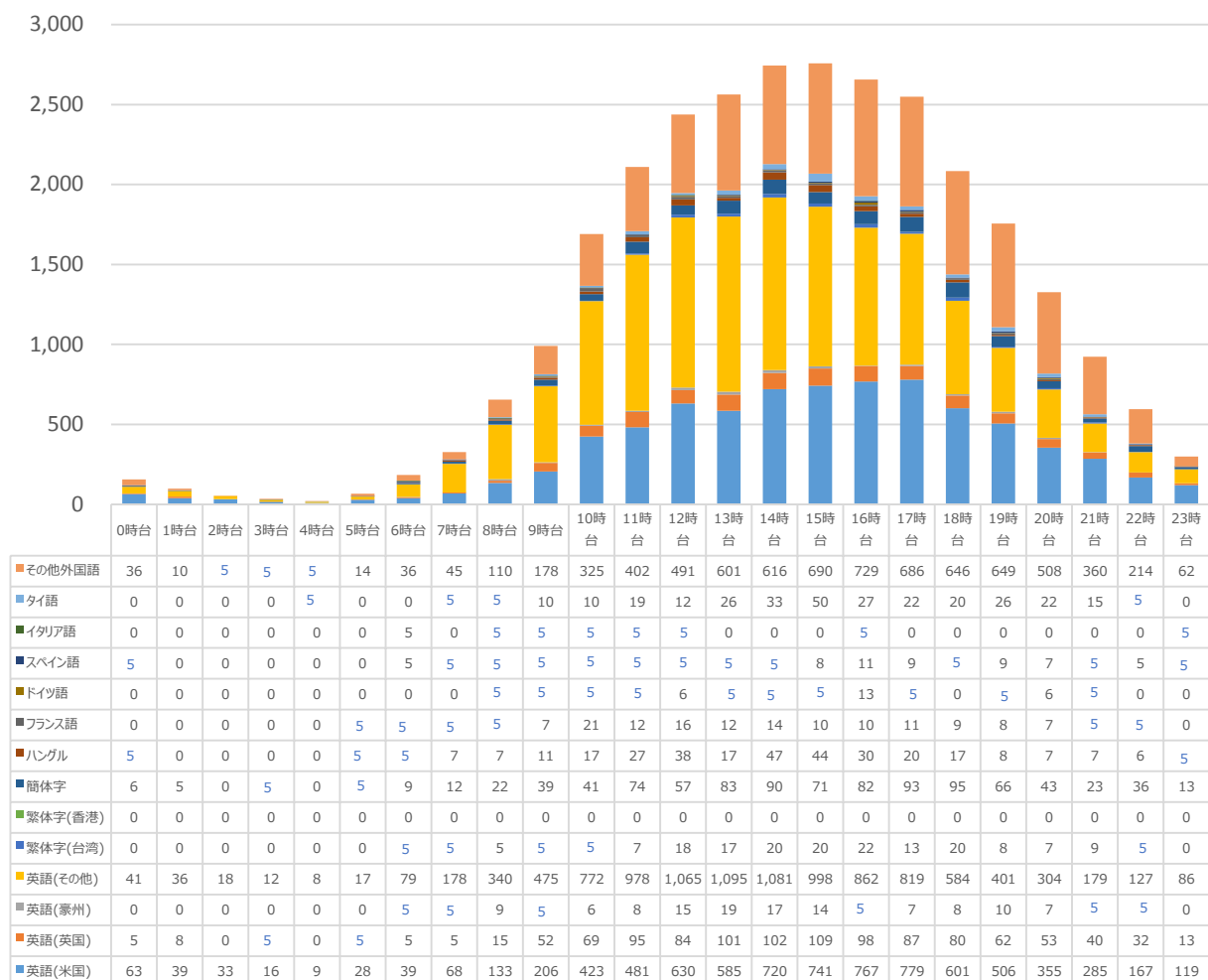
広島市街地

各拠点の言語別時間帯別滞在者数

日本語・外国語の滞在時間帯ユニーク数 令和3年10月25日～令和3年12月19日



外国語の滞在時間帯ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

ii. 広島市街地及び宮島の拠点毎での滞在時間

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

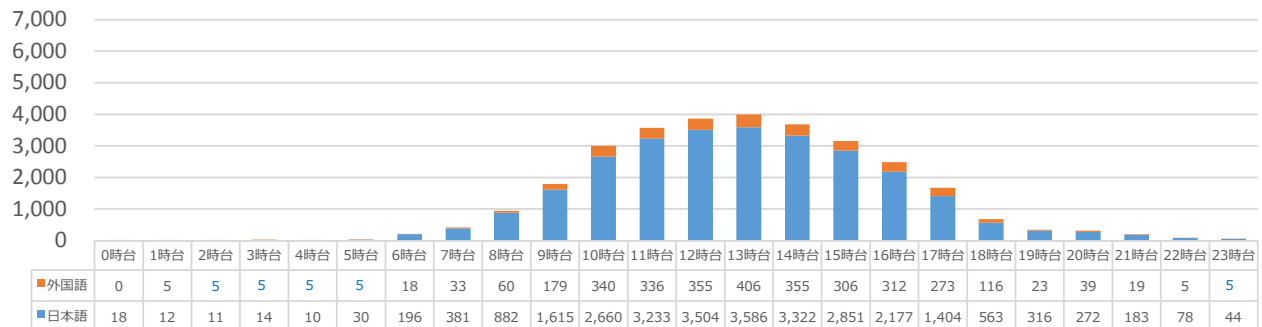
from

情報発信前

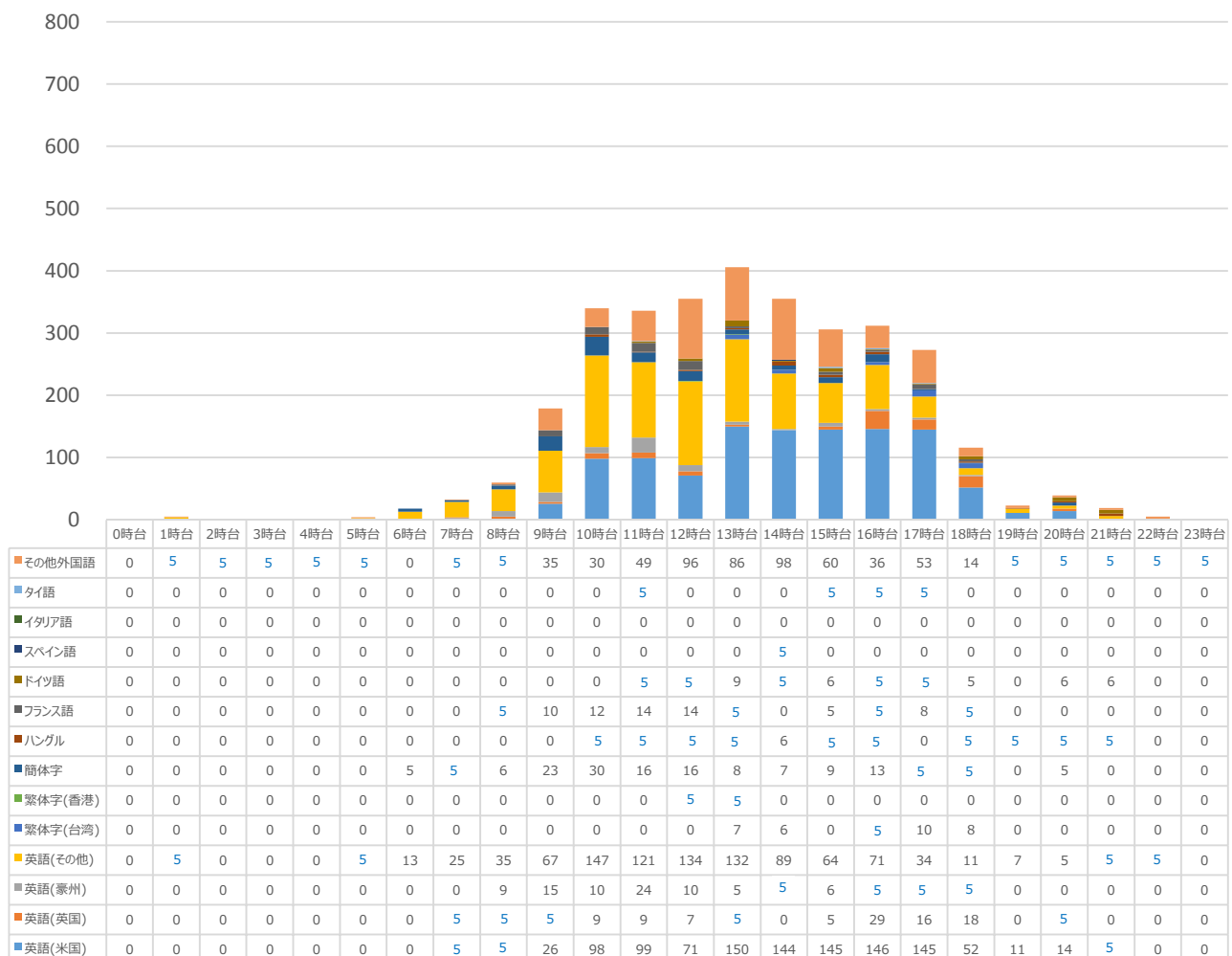
宮島周辺

各拠点の言語別時間帯別滞在者数

日本語・外国語の滞在時間帯ユニーク数 令和3年8月30日～令和3年10月24日



外国語の滞在時間帯ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

①情報発信を実施した拠点の状況確認及び事前と比較するためのログデータ分析

ii. 広島市街地及び宮島の拠点毎での滞在時間

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日、
令和3年10月25日～令和3年12月19日

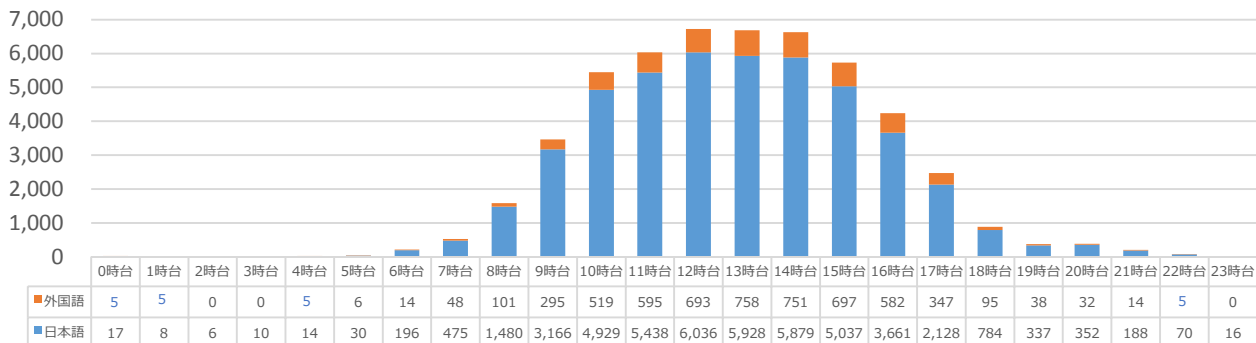
from

情報発信中

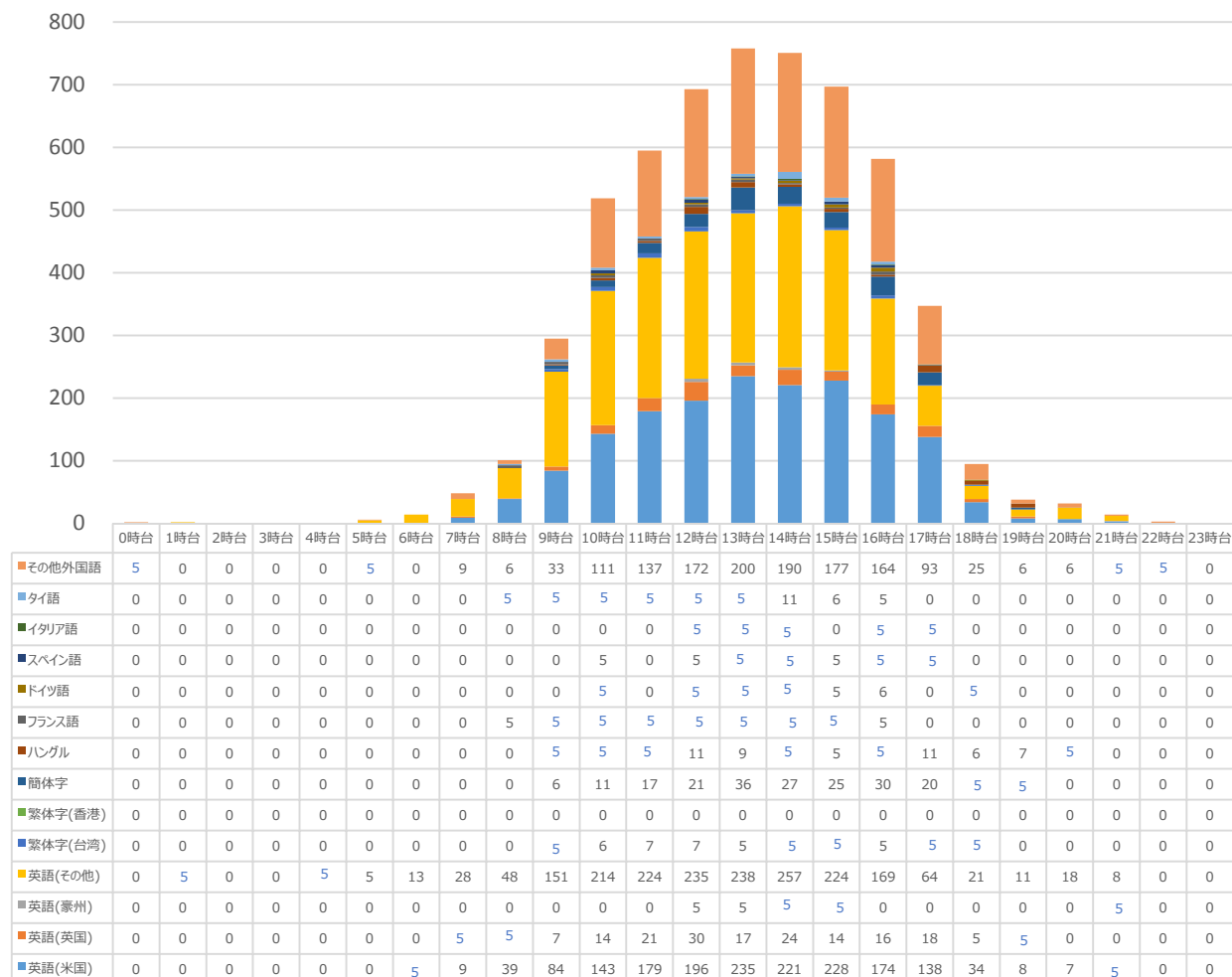
宮島周辺

各拠点の言語別時間帯別滞在者数

日本語・外国語の滞在時間帯ユニーク数 令和3年10月25日～令和3年12月19日



外国語の滞在時間帯ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

[to](#)[情報発信前](#)[to](#)[情報発信中](#)

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日
令和3年10月25日～令和3年12月19日

[東広島市](#)[呉市](#)

レポート作成の前提

① 分析対象期間	令和3年8月30日-10月24日 令和3年10月25日-12月19日
② 分析対象拠点	東広島市 4拠点(4AP)、 呉市 7拠点(10AP)、周遊促進無 4拠点(4AP)
③ 分析対象の旅行客の抽出	集計期間内で <u>10日以上</u> の利用実績があるユーザは地元民として分析対象から除外
④ 言語分類	【14言語+その他の言語】 日本語、英語（米国、英語、豪州、その他）、繁体字(台湾、香港)、簡体字、ハングル、フランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語、タイ語、その他 ※ただし分類項目によっては、言語毎のユニークユーザ数を勘案し、必要に応じてグループ化する。
⑤ 観光客単位での分析	HIROSHIMA FREE Wi-Fiの利用者を一意化 (別拠点や別日でログを取得しても一人の観光客として動線を分析※ユーザ情報は匿名化)
⑥ 少数の場合の秘匿化	各項目の集計結果について、2014年7月17日 総務省主催の『緊急時等における位置情報の取扱いに関する検討会報告書位置情報プライバシーレポート』における匿名化の指針に基づき、以降の分析画面で「1～5」となる数値は、全て5として表現（秘匿化）する。なお、分析結果全体が少数の場合は、項目毎割愛する場合がある。

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信前

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

i.周遊促進先の拠点及び市町の言語別ユニークユーザ数

分析対象期間:令和3年8月30日～令和3年10月24日

東広島市

呉市

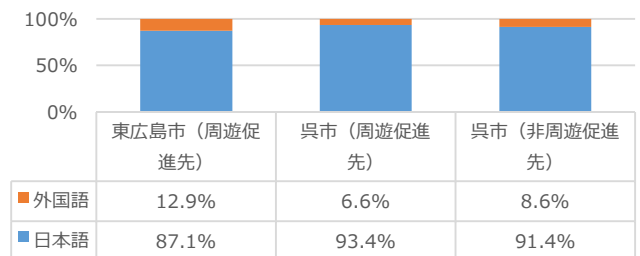
情報発信拠点全体ユニークユーザ数

全体のユニークユーザ数は呉市の方が多いが、外国語のユーザ数や割合は東広島市の方が多く見受けられる。

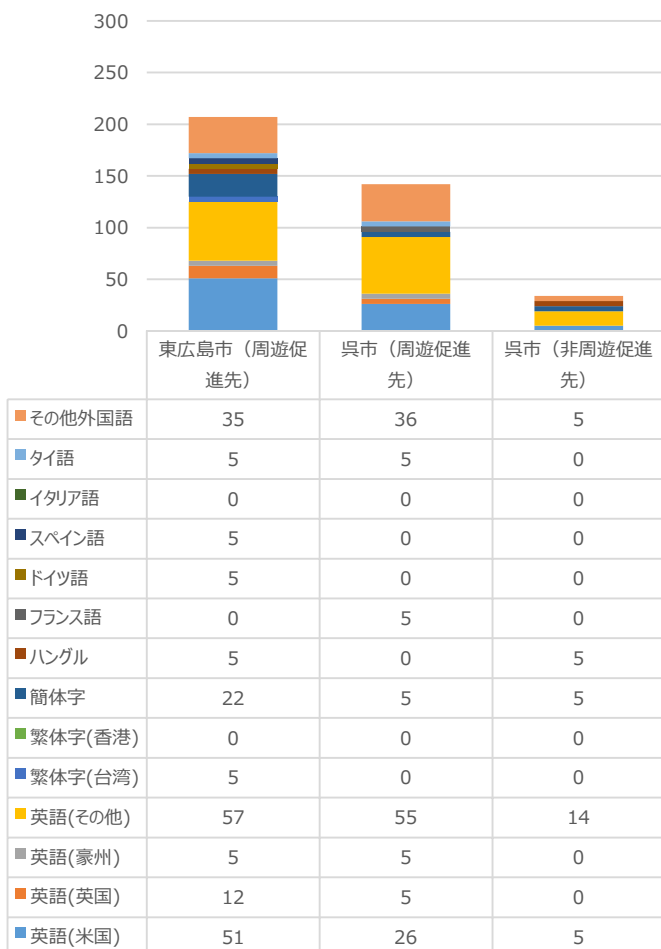
日本語・外国語のユニークユーザ数



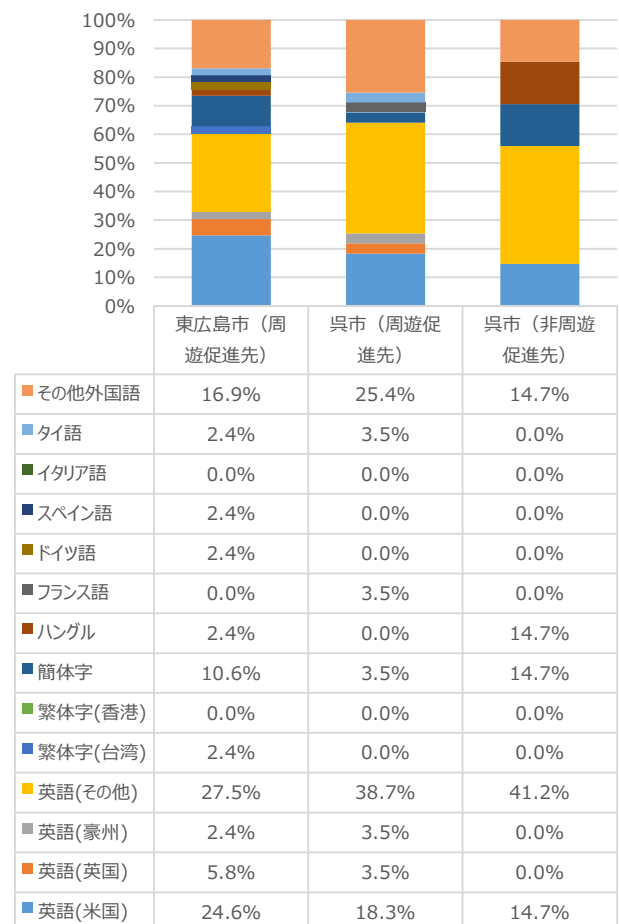
日本語・外国語のユニークユーザ数構成比



外国語のユニークユーザ数内訳



外国語のユニークユーザ数構成比内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信中

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

i.周遊促進先の拠点及び市町の言語別ユニークユーザー数

分析対象期間:令和3年10月25日～令和3年12月19日

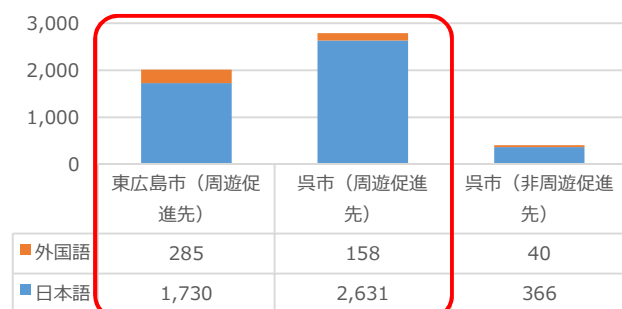
東広島市

呉市

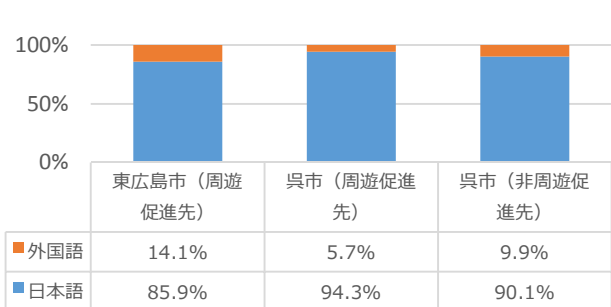
情報発信拠点全体ユニークユーザー数

情報発信前に比べて、全体的に情報発信中の方が数値は伸びている。ユーザー数の割合は、周遊促進なし拠点であるとびしまエリアにおいて外国語の割合が増えていた。

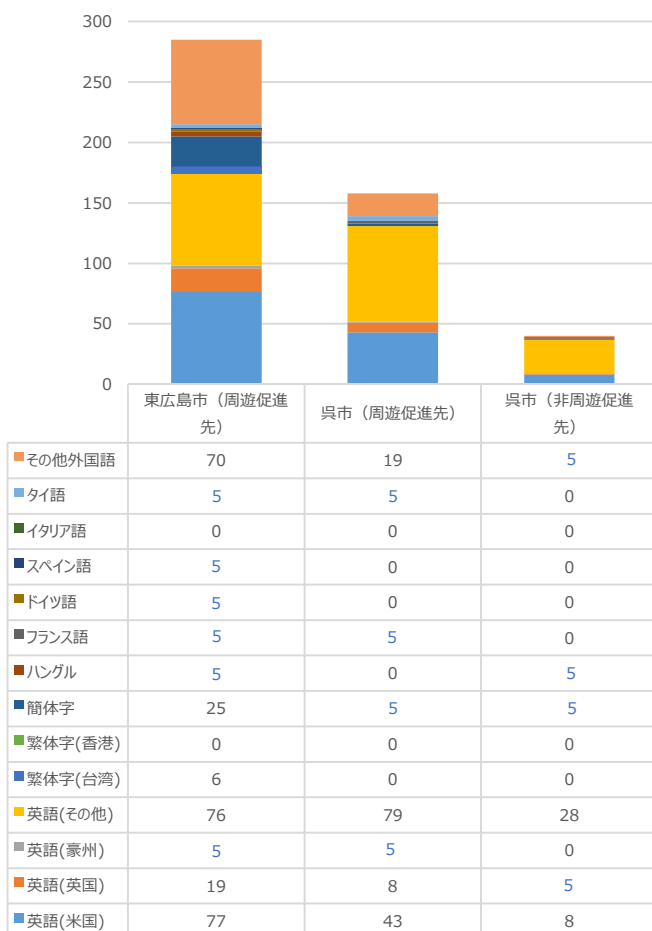
日本語・外国語のユニークユーザー数



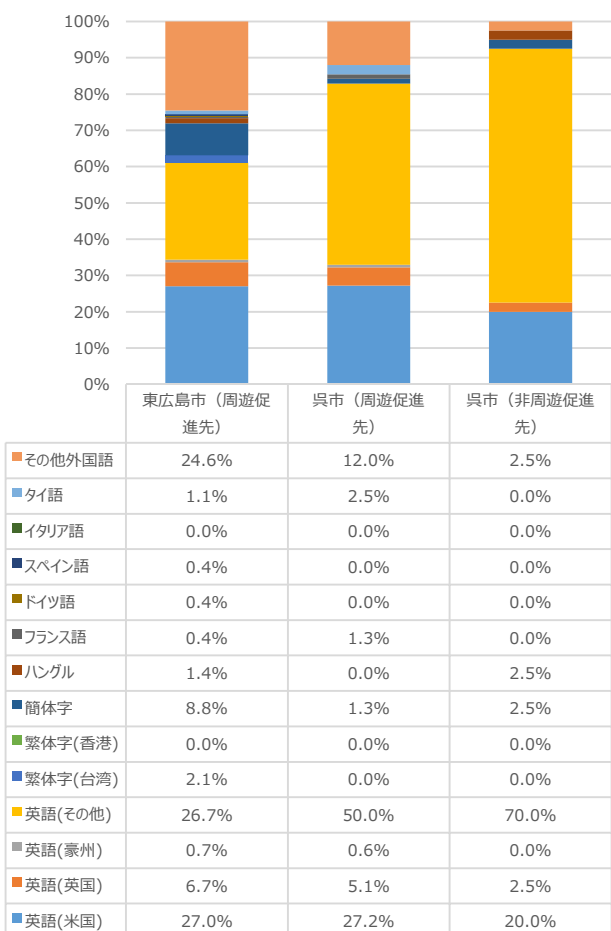
日本語・外国語のユニークユーザー数構成比



外国語のユニークユーザー数内訳



外国語のユニークユーザー数構成比内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信前

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

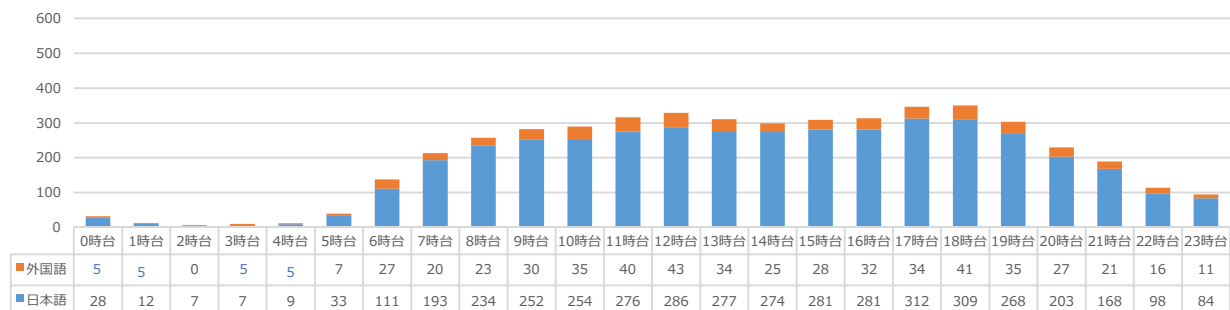
- i.周遊促進先の拠点及び市町の言語別ユニークユーザ数
分析対象期間:令和3年8月30日～令和3年10月24日

東広島市

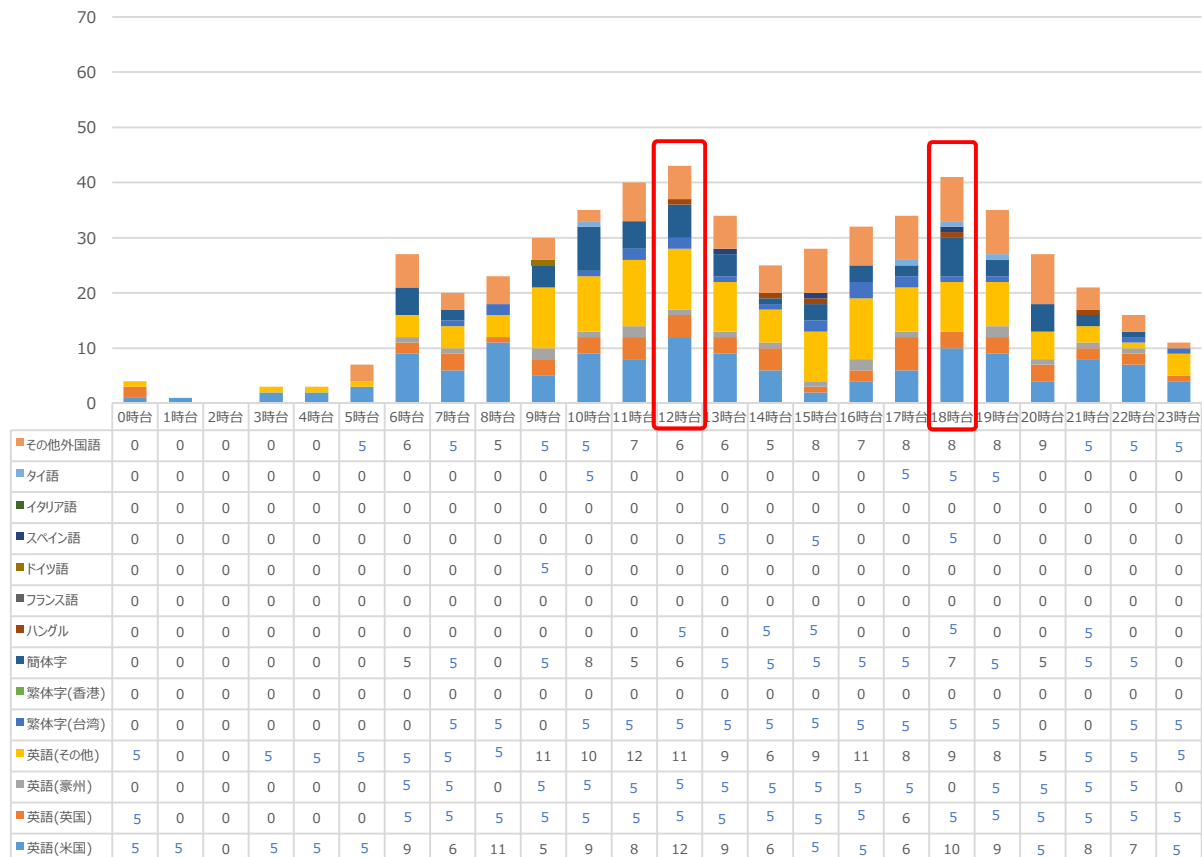
各拠点の言語別時間帯別滞在数

全体のピークは18時であるが、**外国語だけでみると12時と18時に滞在者が多い**ことが見受けられる。

日本語・外国語の滞在時間帯ユニーク数



外国語の滞在時間帯ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信中

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

i. 周遊促進先の拠点及び市町の言語別ユニークユーザ数

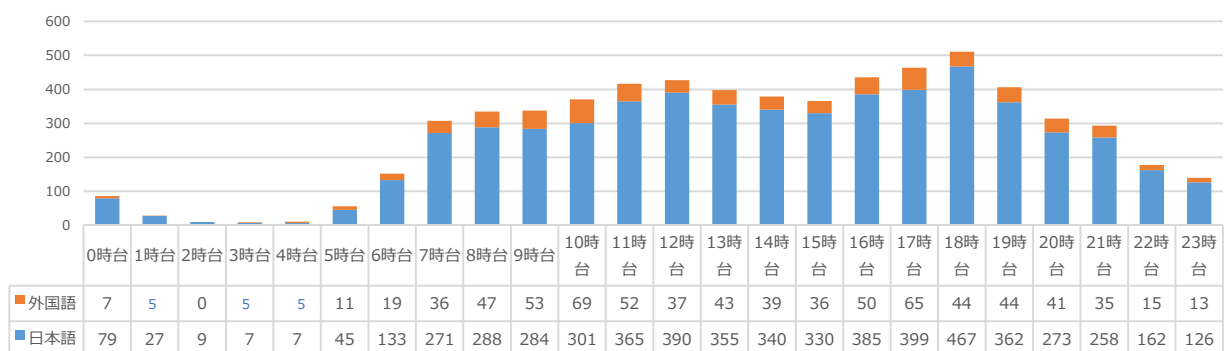
分析対象期間：令和3年10月25日～令和3年12月19日

東広島市

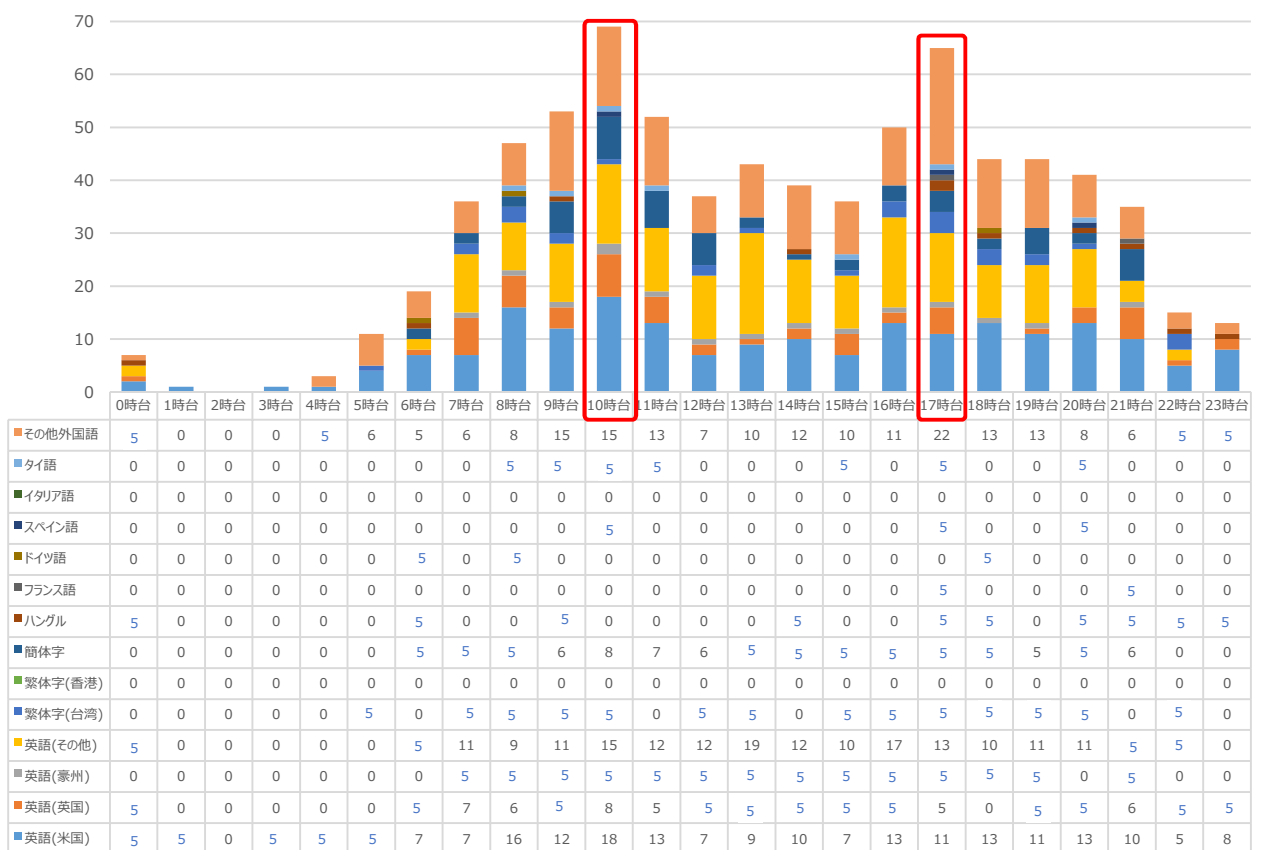
各拠点の言語別時間帯別滞在数

全体のピークは18時であるが、**外国語だけでみると10時と17時に滞在者が多い**ことが見受けられる。

日本語・外国語の滞在時間帯ユニーク数



外国語の滞在時間帯ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

[to](#)[情報発信前](#)

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

i. 周遊促進先の拠点及び市町の言語別ユニークユーザー数

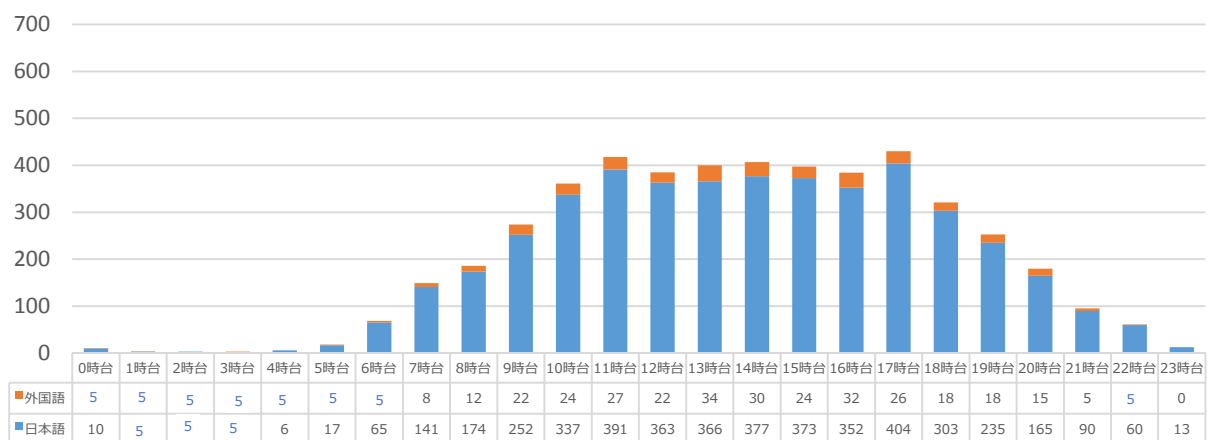
分析対象期間：令和3年10月25日～令和3年12月19日

呉市

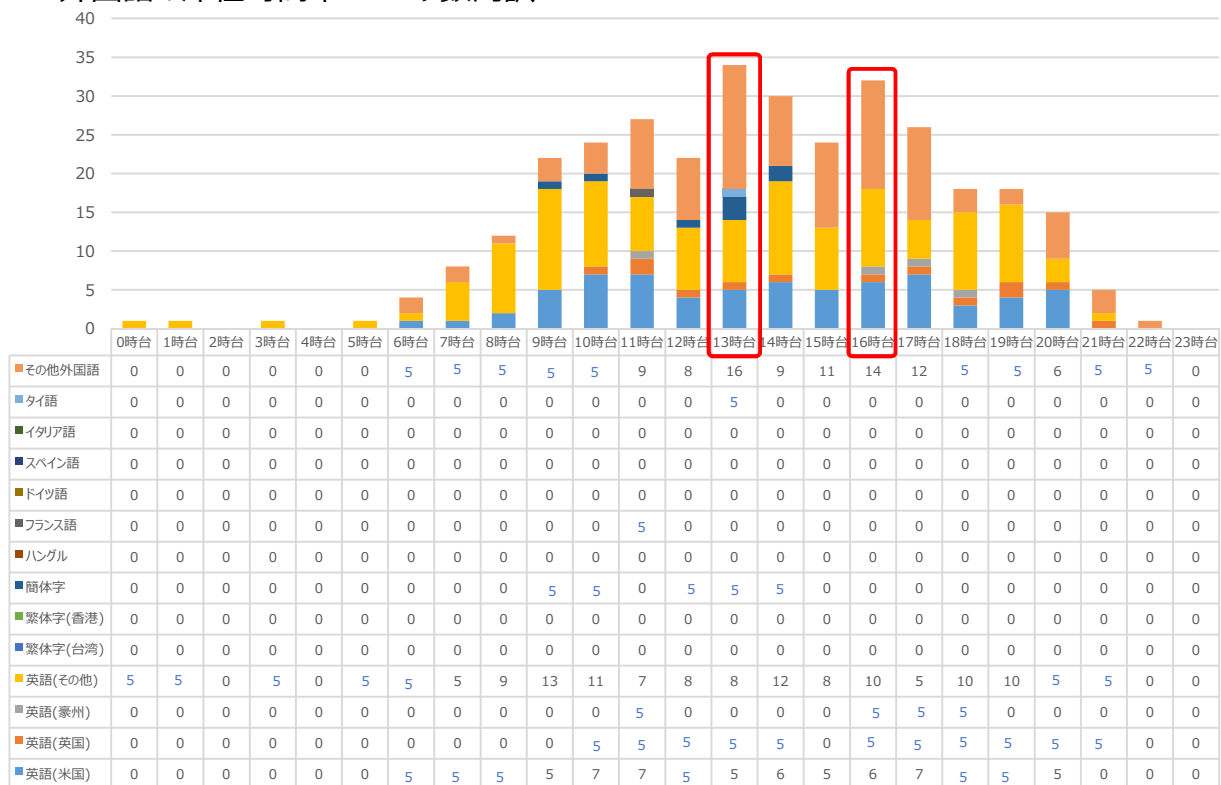
各拠点の言語別時間帯別滞在数

全体のピークは17時であるが、外国語だけでみると13時と16時に滞在者が多いことが見受けられる。

日本語・外国語の滞在時間帯ユニーク数



外国語の滞在時間帯ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信中

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

i. 周遊促進先の拠点及び市町の言語別ユニークユーザ数

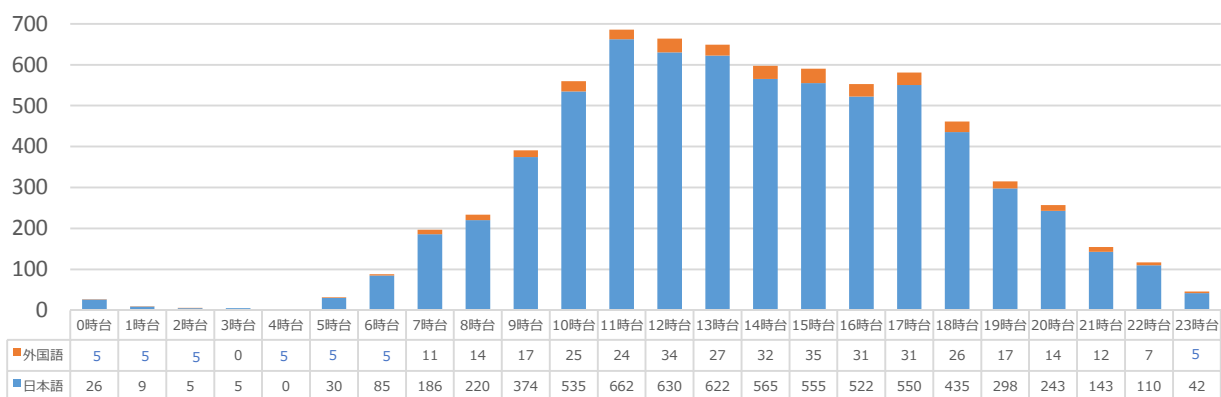
分析対象期間：令和3年10月25日～令和3年12月19日

呉市

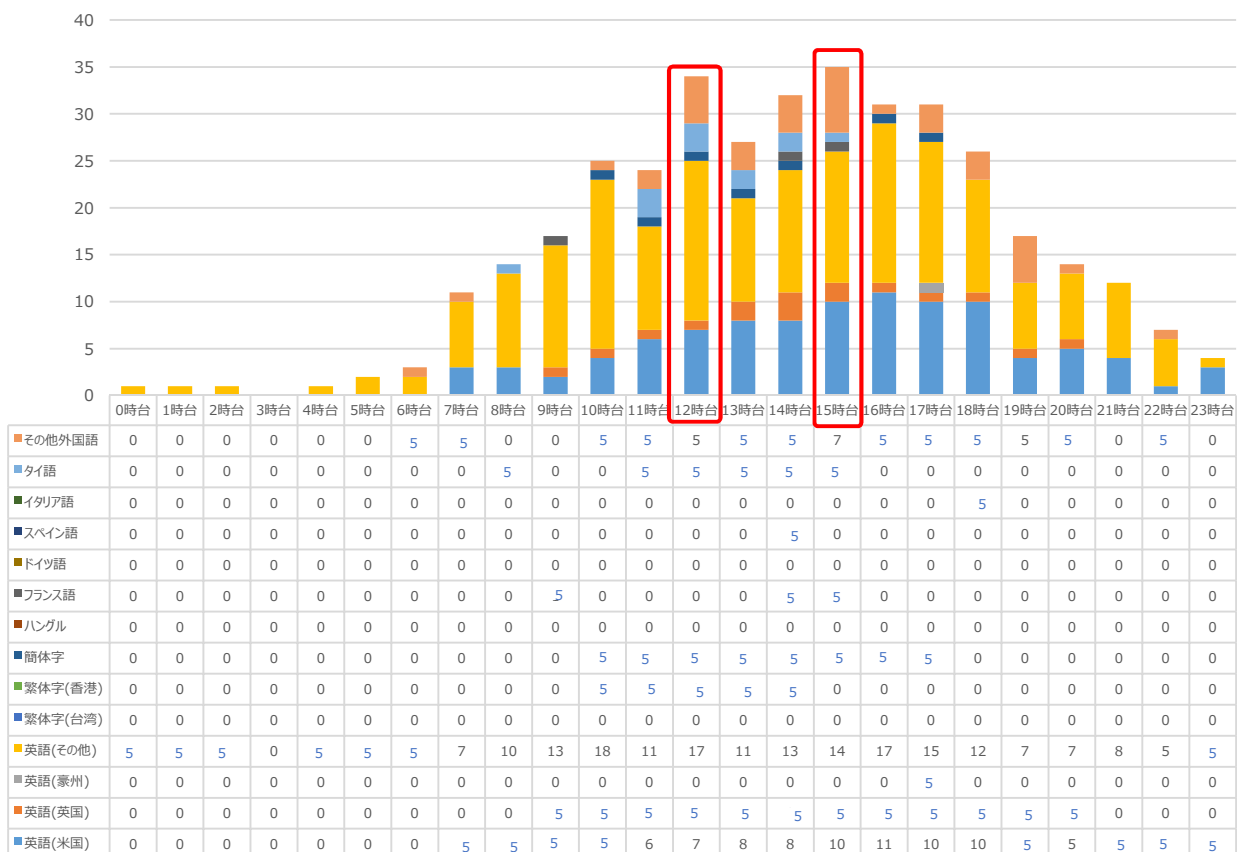
各拠点の言語別時間帯別滞在数

全体のピークは11時であるが、外国語だけでみると**12時と15時に滞在者が多い**ことが見受けられる。

日本語・外国語の滞在時間帯ユニーク数



外国語の滞在時間帯ユニーク数内訳



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信前

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

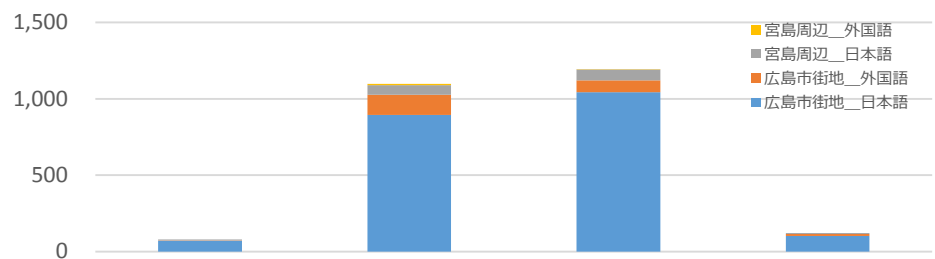
- ii. 情報発信拠点から周遊促進先市町における拠点及び周遊促進なし拠点への移動者数
分析対象期間：令和3年8月30日～令和3年10月24日

東広島市

呉市

情報発信拠点（東広島市・呉市）移動者数

移動者数（ユニーク）_期間前



		東広島市と呉市 (周遊促進先)	東広島市 (周遊促進先)	呉市 (周遊促進先)	呉市 (周遊促進なし拠点)
広島市街地 または 宮島周辺	日本語	75	928	1,107	109
	外国語	5	135	80	12
	合 計	78	1,063	1,187	121
広島市街地	日本語	71	895	1,043	103
	外国語	5	132	77	12
	合 計	74	1,027	1,120	115
広島駅周辺	日本語	40	517	442	37
	外国語	5	73	33	5
	合 計	41	590	475	39
紙屋町周辺	日本語	13	155	146	13
	外国語	0	19	7	5
	合 計	13	174	153	15
平和記念公園 周辺	日本語	6	69	55	10
	外国語	5	13	8	5
	合 計	7	82	63	13
本通商店街周辺	日本語	31	378	503	48
	外国語	5	56	38	5
	合 計	33	434	541	53
宮島周辺	日本語	6	63	71	6
	外国語	0	7	5	0
	合 計	6	70	74	6
宮島口	日本語	5	43	40	6
	外国語	0	5	0	0
	合 計	5	46	40	6
宮島栈橋	日本語	5	12	18	0
	外国語	0	5	5	0
	合 計	5	15	20	0
厳島神社周辺	日本語	5	8	13	0
	外国語	0	5	5	0
	合 計	5	9	14	0

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信中

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

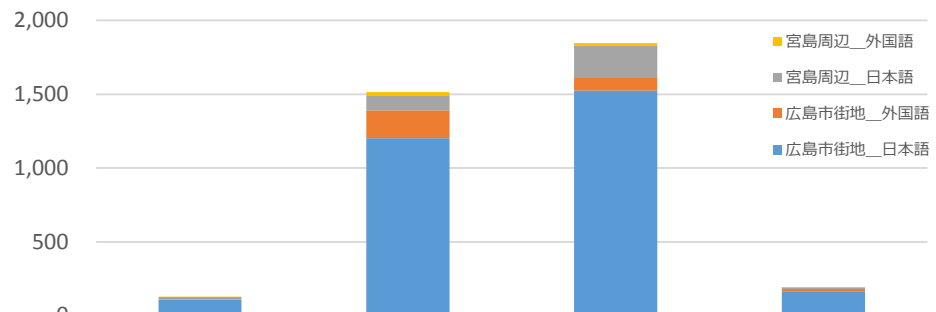
- ii. 情報発信拠点から周遊促進先市町における拠点及び周遊促進なし拠点への移動者数
分析対象期間：令和3年10月25日～令和3年12月19日

東広島市

呉市

情報発信拠点（東広島市・呉市）移動者数

移動者数（ユニーク）_期間中



		東広島市と呉市 (周遊促進先)	東広島市 (周遊促進先)	呉市 (周遊促進先)	呉市 (周遊促進なし拠点)
広島市街地 または 宮島周辺	日本語	113	1,265	1,702	173
	外国語	6	204	98	20
	合 計	119	1,469	1,800	193
広島市街地	日本語	106	1,203	1,525	162
	外国語	6	187	84	19
	合 計	112	1,390	1,609	181
広島駅周辺	日本語	51	653	614	47
	外国語	5	86	27	8
	合 計	54	739	641	55
紙屋町周辺	日本語	27	226	260	24
	外国語	5	24	8	5
	合 計	28	250	268	25
平和記念公園 周辺	日本語	13	72	113	23
	外国語	5	12	10	5
	合 計	14	84	123	25
本通商店街周辺	日本語	49	524	705	74
	外国語	5	88	48	10
	合 計	52	612	753	84
宮島周辺	日本語	15	103	222	11
	外国語	5	21	16	5
	合 計	16	124	238	12
宮島口	日本語	10	66	101	6
	外国語	5	6	7	0
	合 計	11	72	108	6
宮島栈橋	日本語	5	24	88	0
	外国語	0	8	7	5
	合 計	5	32	95	5
厳島神社周辺	日本語	5	14	35	5
	外国語	0	7	5	0
	合 計	5	21	37	5

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信前

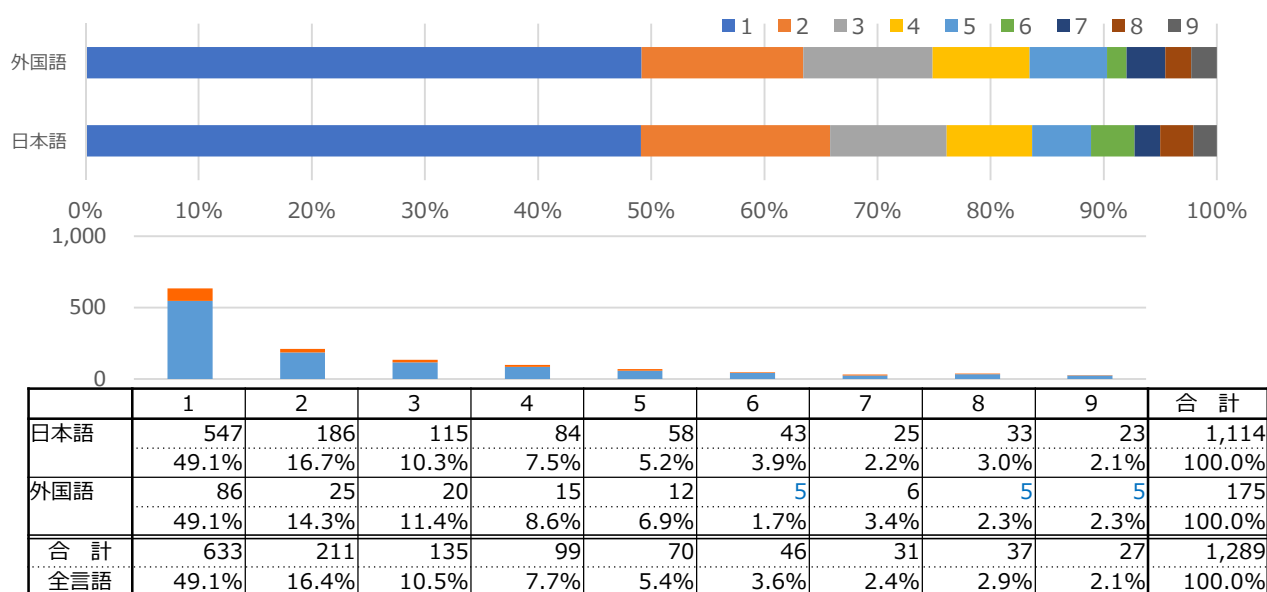
②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

iii.周遊促進先拠点での滞在時間と周遊促進先及びひろフリエリアでの滞在時間

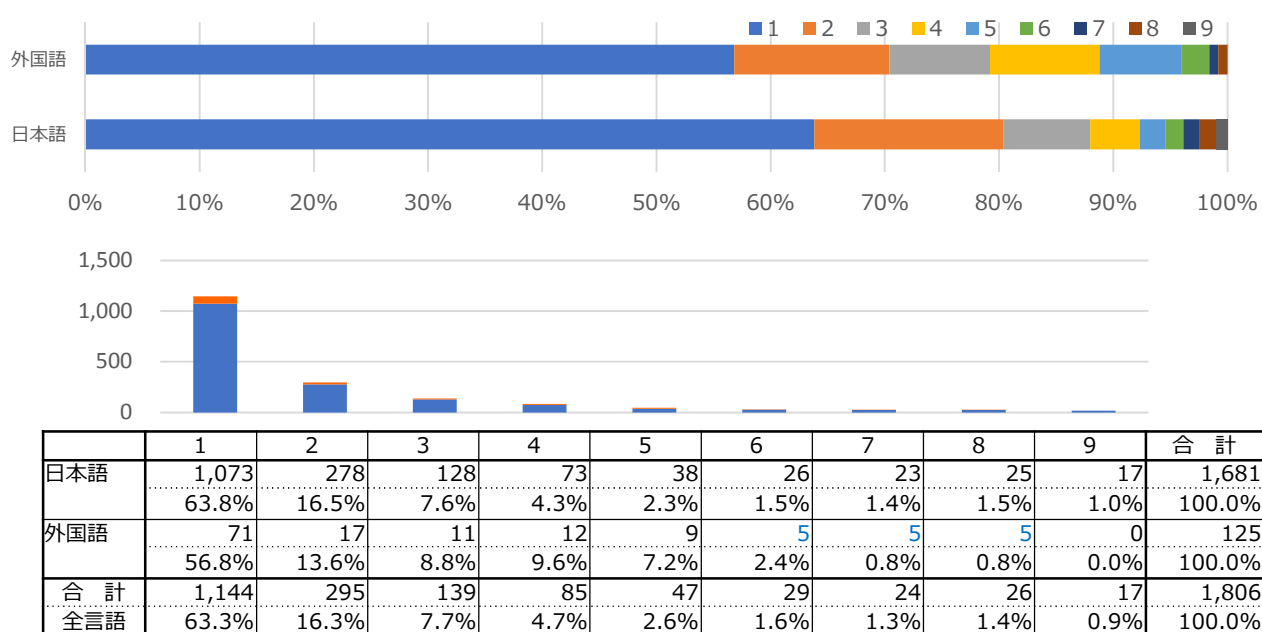
分析対象期間:令和3年8月30日～令和3年10月24日

➤ 滞在日数

東広島市



呉市



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信中

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

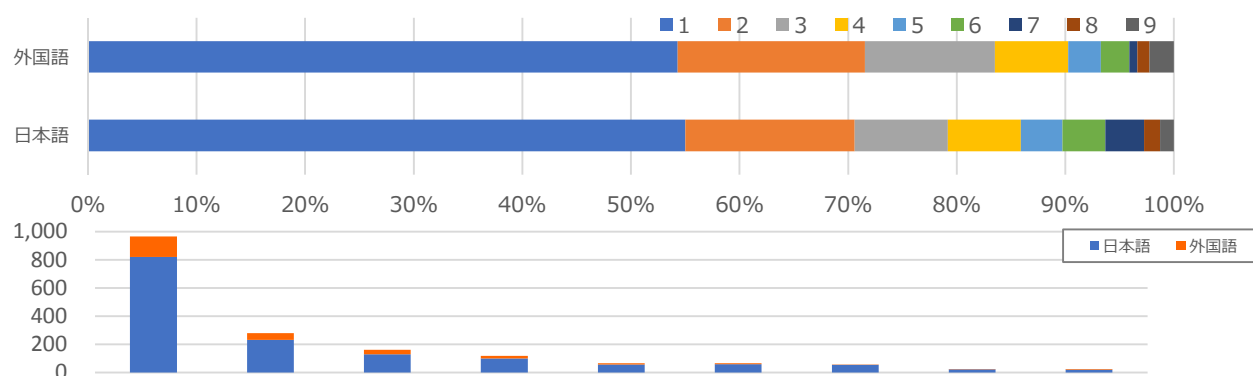
iii.周遊促進先拠点での滞在時間と周遊促進先及びひろふりエリアでの滞在時間

分析対象期間:令和3年10月25日～令和3年12月19日

➤ 滞在日数

東広島市

期間中

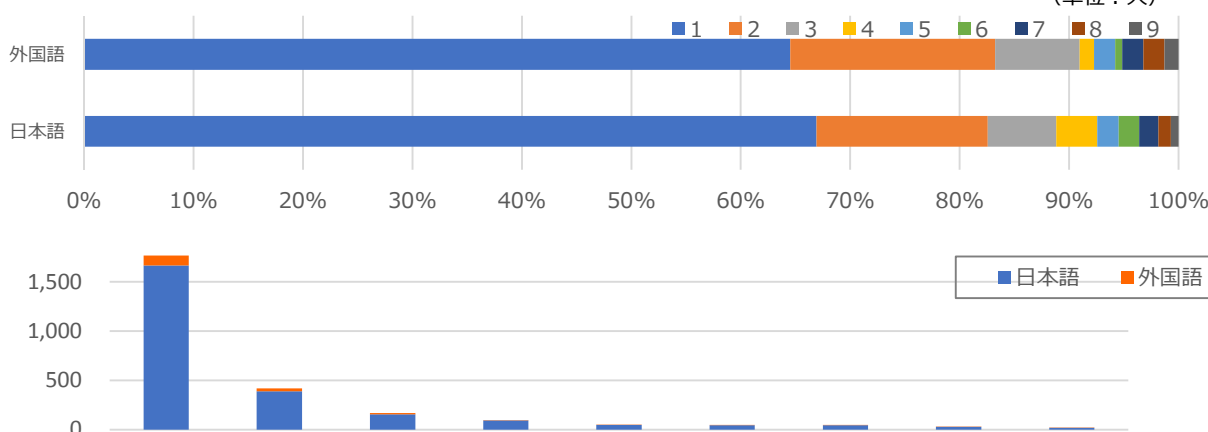


	1	2	3	4	5	6	7	8	9	合 計
日本語	819	232	128	100	57	59	53	22	19	1,489
	55.0%	15.6%	8.6%	6.7%	3.8%	4.0%	3.6%	1.5%	1.3%	100.0%
外国語	145	46	32	18	8	7	5	5	6	267
	54.3%	17.2%	12.0%	6.7%	3.0%	2.6%	0.7%	1.1%	2.2%	100.0%
合 計	964	278	160	118	65	66	55	25	25	1,756
全言語	54.9%	15.8%	9.1%	6.7%	3.7%	3.8%	3.1%	1.4%	1.4%	100.0%

呉市

期間中

(単位:人)



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	合 計
日本語	1,664	389	156	93	49	46	44	28	18	2,487
	66.9%	15.6%	6.3%	3.7%	2.0%	1.8%	1.8%	1.1%	0.7%	100.0%
外国語	100	29	12	5	5	5	5	5	5	155
	64.5%	18.7%	7.7%	1.3%	1.9%	0.6%	1.9%	1.9%	1.3%	100.0%
合 計	1,764	418	168	95	52	47	(単位47人)	31	20	2,642
全言語	66.8%	15.8%	6.4%	3.6%	2.0%	1.8%	1.8%	1.2%	0.8%	100.0%

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信前

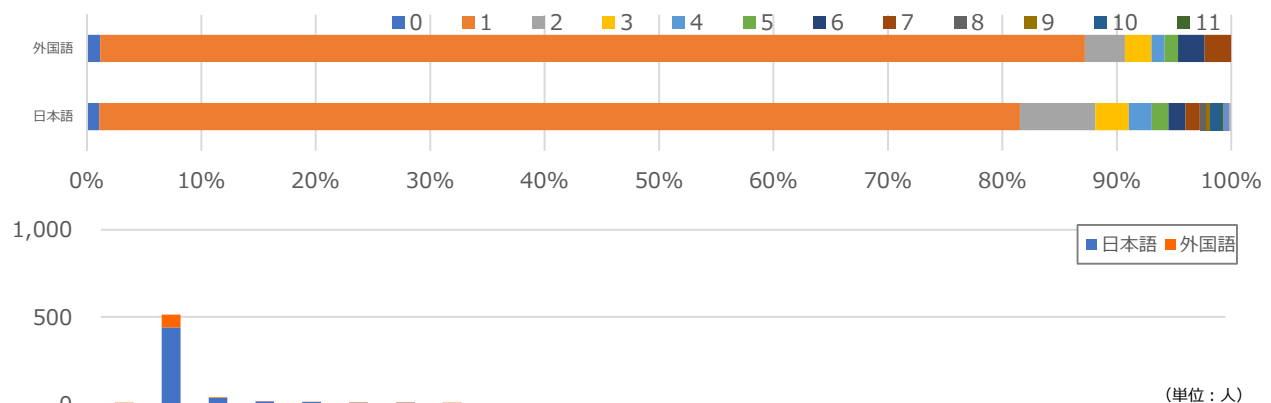
②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

iii.周遊促進先拠点での滞在時間と周遊促進先及びひろふりエリアでの滞在時間
分析対象期間:令和3年8月30日～令和3年10月24日

➤一日滞在者の滞在時間数

東広島市

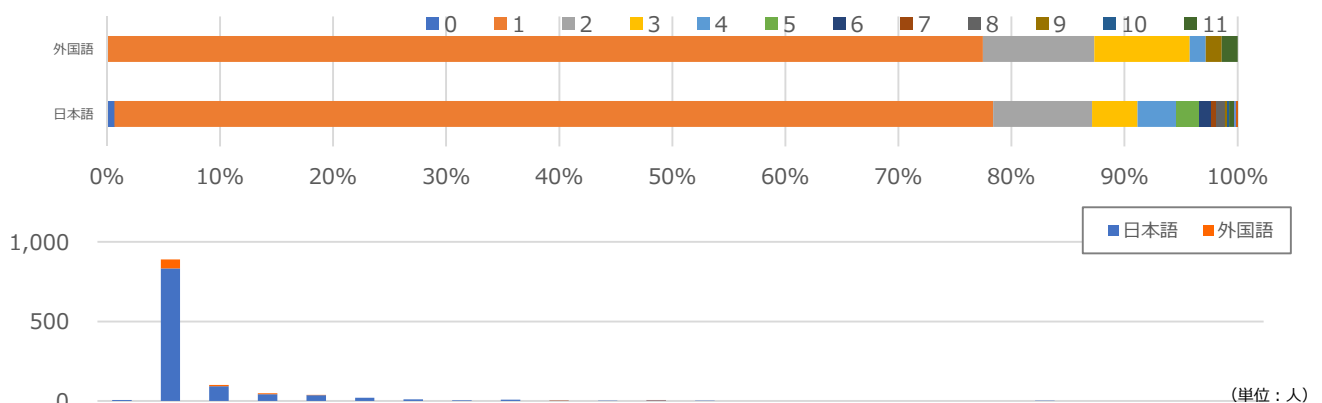
期間前



	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	合計
日本語	6	440	36	16	11	8	8	7	5	5	5	5	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	547
	1.1%	80.4%	6.6%	2.9%	2.0%	1.5%	1.5%	1.3%	0.5%	0.4%	0.9%	0.2%	0.5%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
外国語	5	74	5	5	5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	86
	1.2%	86.0%	3.5%	2.3%	1.2%	1.2%	2.3%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
合計	7	514	39	18	12	9	10	9	5	5	5	5	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	633
全言語	1.1%	81.2%	6.2%	2.8%	1.9%	1.4%	1.6%	1.4%	0.5%	0.3%	0.8%	0.2%	0.5%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

呉市

期間前



	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	合計
日本語	7	834	94	43	37	22	11	5	8	5	5	5	5	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	1,073
	0.7%	77.7%	8.8%	4.0%	3.4%	2.1%	1.0%	0.5%	0.7%	0.2%	0.2%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
外国語	0	55	7	6	5	0	0	0	0	0	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	71
	0.0%	77.5%	9.9%	8.5%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%
合計	7	889	101	49	38	22	11	5	8	5	5	6	5	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	1,144
全言語	0.6%	77.7%	8.8%	4.3%	3.3%	1.9%	1.0%	0.4%	0.7%	0.3%	0.2%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信中

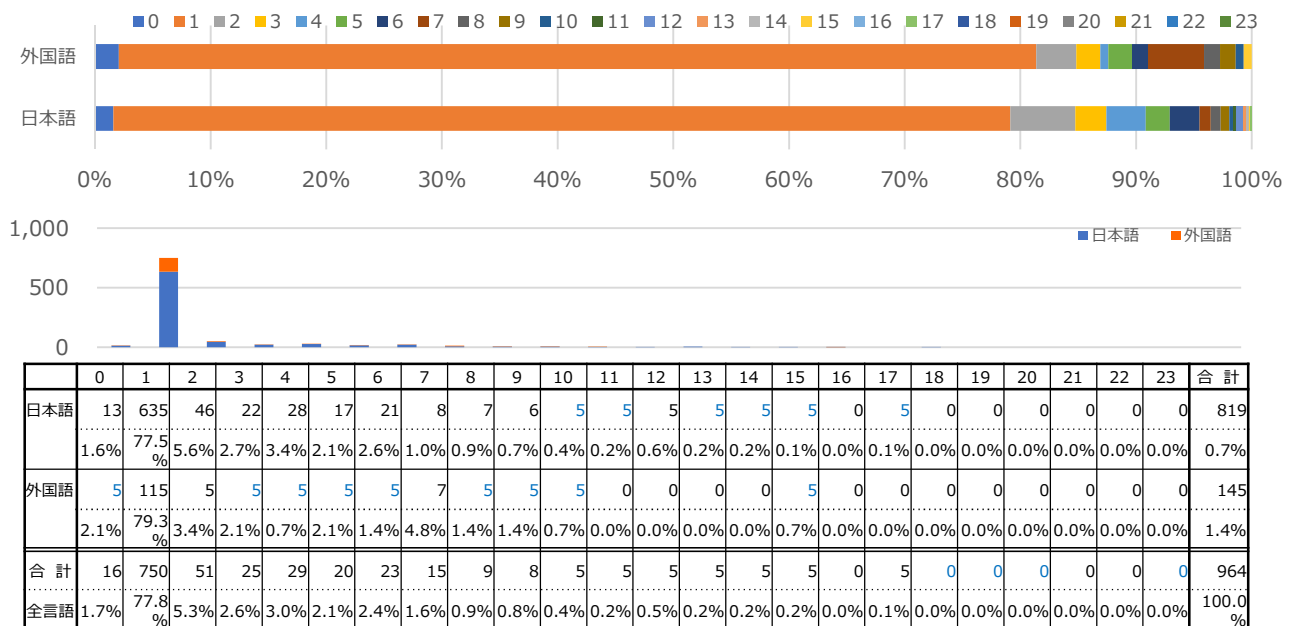
②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

iii.周遊促進先拠点での滞在時間と周遊促進先及びひろふリエエリアでの滞在時間
分析対象期間:令和3年10月25日～令和3年12月19日

➤一日滞在者の滞在時間数

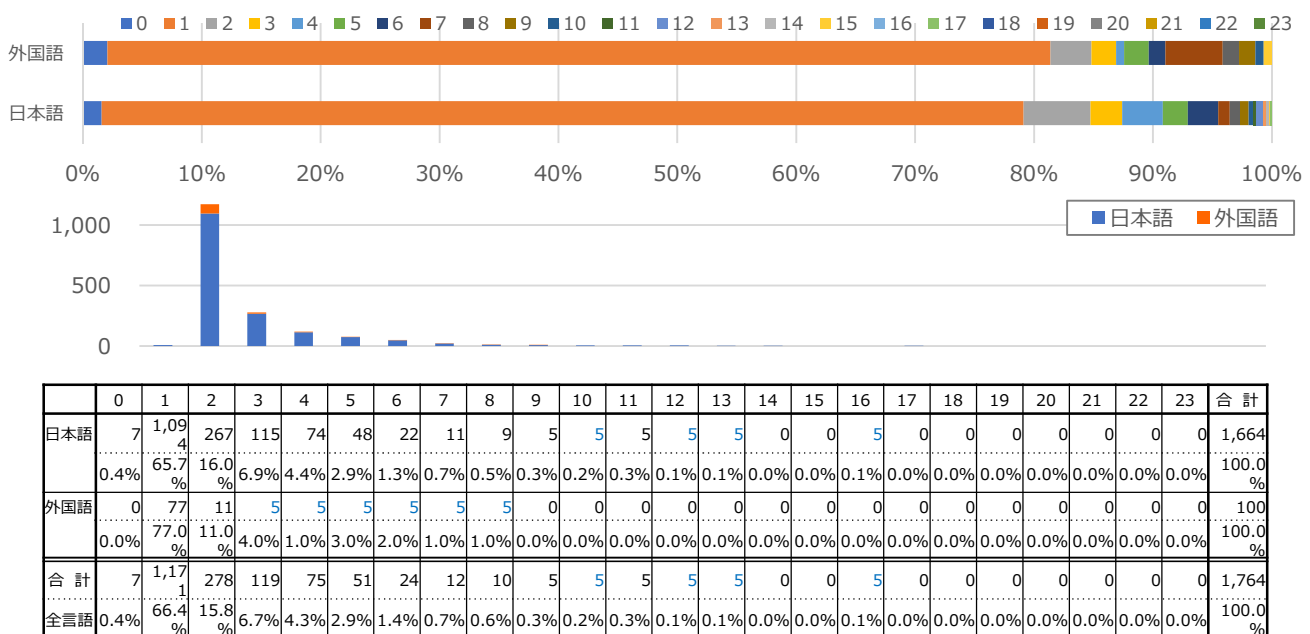
東広島市

期間中



呉市

期間中



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

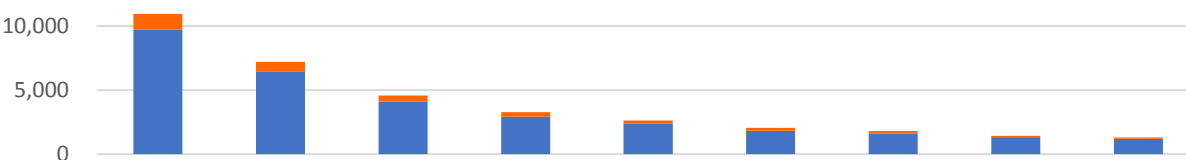
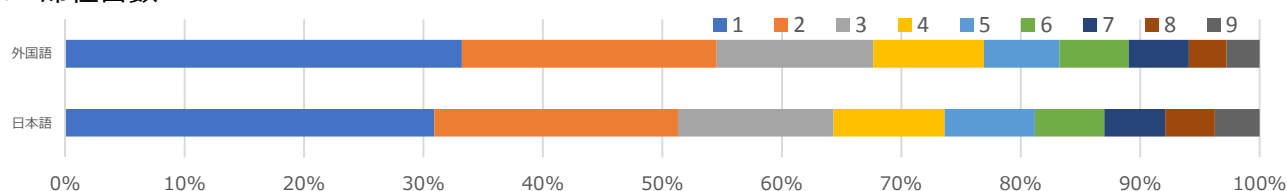
情報発信前

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

iii.周遊促進先拠点で滞在時間と周遊促進先及びひろフリエリアでの滞在時間
分析対象期間:令和3年8月30日～令和3年10月24日

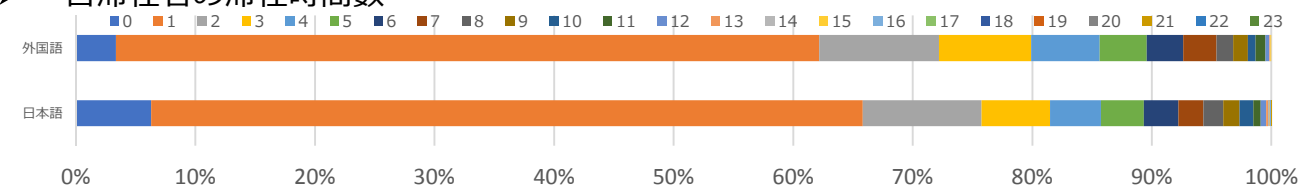
ひろフリエリア

➤ 滞在日数



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	合 計
日本語	9,732 30.9%	6,423 20.4%	4,099 13.0%	2,930 9.3%	2,385 7.6%	1,829 5.8%	1,601 5.1%	1,309 4.2%	1,185 3.8%	31,493 100.0%
外国語	1,219 33.2%	784 21.4%	481 13.1%	341 9.3%	232 6.3%	212 5.8%	185 5.0%	117 3.2%	101 2.8%	3,672 100.0%
合 計	10,951	7,207	4,580	3,271	2,617	2,041	1,786	1,426	1,286	35,165
全言語	31.1%	20.5%	13.0%	9.3%	7.4%	5.8%	5.1%	4.1%	3.7%	100.0%

➤ 一日滞在者の滞在時間数



	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	合 計
日本語	614	5,791	968	557	414	350	280	204	161	133	113	60	44	17	11	7	5	5	0	0	0	5	0	0	9,732
	6.3%	59.5%	9.9%	5.7%	4.3%	3.6%	2.9%	2.1%	1.7%	1.4%	1.2%	0.6%	0.5%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
外国語	41	717	122	94	70	48	37	34	17	15	8	10	5	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1,219
	3.4%	58.8%	10.0%	7.7%	5.7%	3.9%	3.0%	2.8%	1.4%	1.2%	0.7%	0.8%	0.3%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
合計	655	6,508	1,090	651	484	398	317	238	178	148	121	70	48	18	11	8	5	5	0	0	0	5	0	0	10,951
合計	655	6,508	1,090	651	484	398	317	238	178	148	121	70	48	18	11	8	5	5	0	0	0	5	0	0	10,951
全言語	6.0%	59.4%	10.0%	5.9%	4.4%	3.6%	2.9%	2.2%	1.6%	1.4%	1.1%	0.6%	0.4%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

to

情報発信中

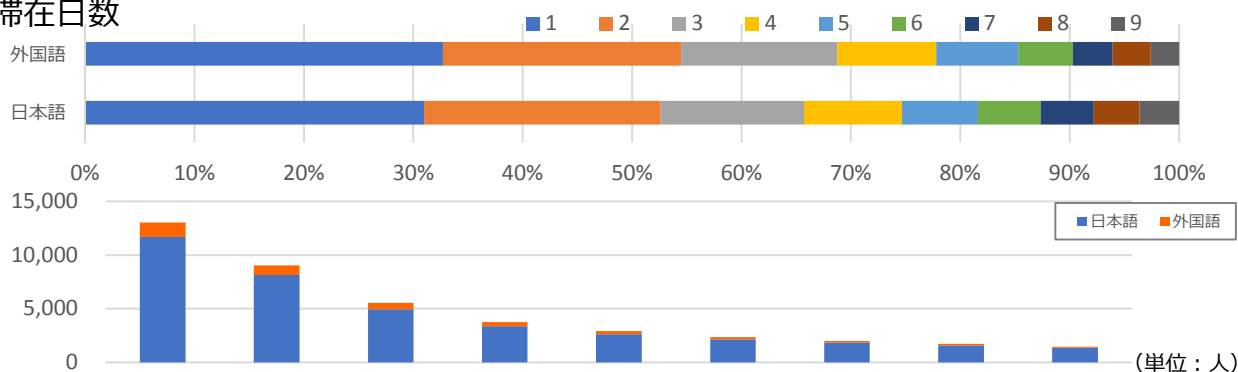
②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

iii.周遊促進先拠点でお滞在時間と周遊促進先及びひろフリエリアでの滞在時間
分析対象期間:令和3年10月25日～令和3年12月19日

ひろフリエリア

期間中

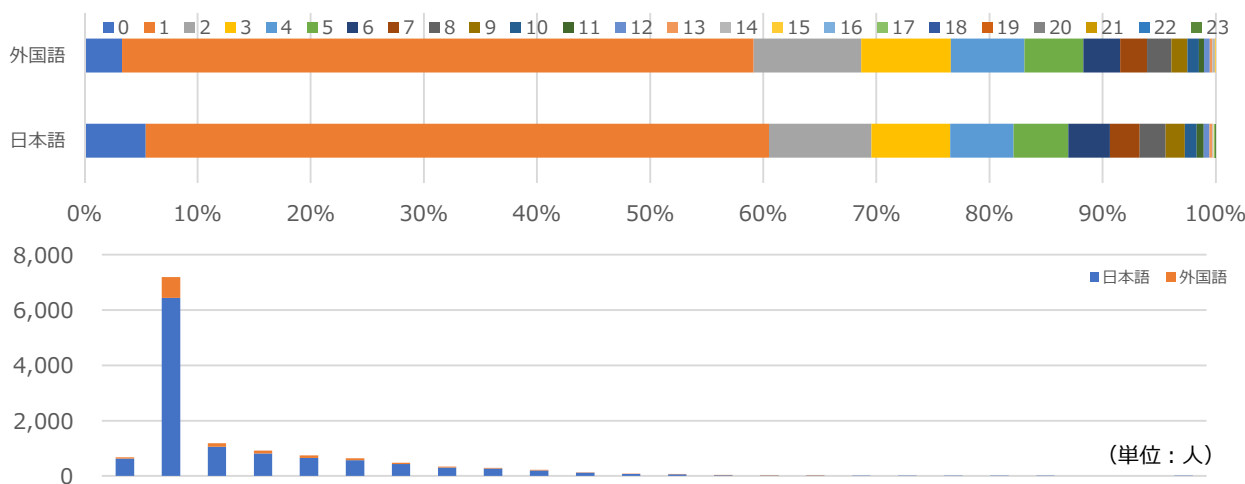
➤ 滞在日数



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	合計
日本語	11,686 31.0%	8,147 21.6%	4,946 13.1%	3,373 8.9%	2,624 7.0%	2,152 5.7%	1,840 4.9%	1,574 4.2%	1,364 3.6%	37,706 100.0%
外国語	1,349 32.7%	898 21.8%	589 14.3%	374 9.1%	308 7.5%	207 5.0%	149 3.6%	144 3.5%	107 2.6%	4,125 100.0%
合計	13,035	9,045	5,535	3,747	2,932	2,359	1,989	1,718	1,471	41,831
全言語	31.2%	21.6%	13.2%	9.0%	7.0%	5.6%	4.8%	4.1%	3.5%	100.0%

➤ 一日滞在者の滞在時間数

期間中



	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	合計
日本語	633 5.4%	6,439 55.1%	1,058 9.1%	814 7.0%	653 5.6%	566 4.8%	430 3.7%	308 2.6%	266 2.3%	200 1.7%	121 1.0%	73 0.6%	61 0.5%	28 0.2%	11 0.1%	5 0.0%	8 0.1%	5 0.0%	5 0.0%	5 0.0%	5 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 0.0%	11,685 100.0%
外国語	45 3.3%	753 55.8%	128 9.5%	107 7.9%	88 6.5%	70 5.2%	44 3.3%	32 2.4%	29 2.1%	19 1.4%	14 1.0%	6 0.4%	7 0.5%	5 0.2%	5 0.2%	5 0.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1,349 100.0%
合計	678 5.2%	7,192 55.2%	1,186 9.1%	921 7.1%	741 5.7%	636 4.9%	474 3.6%	340 2.6%	295 2.3%	219 1.7%	135 1.0%	79 0.6%	68 0.5%	31 0.2%	14 0.1%	5 0.0%	8 0.1%	5 0.0%	5 0.0%	5 0.0%	5 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 0.0%	13,034 100.0%
全言語	5.2%	55.2%	9.1%	7.1%	5.7%	4.9%	3.6%	2.6%	2.3%	1.7%	1.0%	0.6%	0.5%	0.2%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

ログ分析考察

- ✓ 情報発信前に対して、**情報発信を行った期間、広島市街地または宮島周辺から周遊促進先の東広島市、呉市への移動は増加した。**
- ✓ また、情報発信の効果や影響を示唆する可能性のある期間中の変化や東広島市、呉市の観光に関する特徴が見受けられた。

(1)情報発信拠点から周遊促進先拠点の移動者数について

情報発信期間中、**広島市街地または宮島周辺から東広島市、呉市への移動（回数と人数）は増加した。**

- 期間中の広島市街地または宮島周辺からの移動については、期間前に対し1.4～1.5倍増加した。
 - 東広島市：移動回数 2,345回（対期間前 +614回/1.4倍）、
移動者数 1,469人（対期間前 +406人/1.4倍）
 - 呉市：移動回数 2,245回（対期間前 +757回/1.5倍）、
移動者数 1,800人（対期間前 +613人/1.5倍）
- **日本語は呉市への移動者数が増加したのに対し、外国語は東広島市への移動者数が増加した。**
 - 日本語：東広島市 対期間前 +337人/1.4倍、
呉市 対期間前 +595人/1.5倍
 - 外国語：**東広島市 対期間前 + 69人/1.5倍、**
呉市 対期間前 + 18人/1.2倍

→＜考察資料1＞参照… P 88

(2)周遊促進なし拠点について

呉市の周遊促進なし拠点への移動も増加していた。（呉市：対期間前 移動回数+84回/1.6倍、
移動者数+72人/1.6倍）

→＜考察資料2＞参照… P 89

また、期間中の広島市から東広島市、呉市への移動は、期間前に対し1.3～1.4倍増加したが、周遊促進のための情報発信を行わなかった**尾道市**は移動回数が1.3倍で移動者数が1.4倍、**福山市**は移動回数が1.4倍で移動者数が1.5倍、**岩国市**が移動回数と移動者数ともに1.4倍など**同様に増加**していた。

→＜考察資料3＞参照… P 90

(3)情報発信拠点からの移動者の言語割合について

周遊促進先市の滞在者数に占める情報発信拠点からの移動者の割合を情報発信期間前と期間中とで比較すると、東広島市は、日本語、外国語ともに変化は無かったが、**呉市は、日本語の移動が2.9ポイント増加**していた。

→＜考察資料3＞参照… P 91

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

ログ分析考察

(4)情報発信拠点の外国語言語の割合について

情報発信拠点から周遊促進先の東広島市、呉市への移動に関し、日本語と外国語の割合はあまり変化が無かったが、外国語内訳は、それぞれ変化が見受けられた。

- 東広島市：期間中、英語（その他）	▲5.8ポイント減少
ベトナム語	+13.2ポイント増加
- 呉市：期間中、その他外国語	▲14.5ポイント減少
英語（米国）	+12.1ポイント増加

東広島市は、ベトナム語の増加しており、呉市は、英語(米国)が増加していた。

→<考察資料4> 参照… P 91

(5)広島市から周遊促進先拠点への移動について

広島市から東広島市・呉市への移動について、**日本語は、移動者数では呉市が多かったが、移動回数では東広島市が多かった。**外国語は、移動回数、移動者数とも東広島市が多かった。

これに関し、広島駅総合案内所、広島駅南口広場から東広島市観光案内所、くれ観光情報プラザ等への一人あたりの移動回数を比較すると、東広島市観光案内所が呉市各拠点への移動に比べて多かった。

- 広島駅総合案内所：東広島市観光案内所：1.2回
広島駅南口広場：東広島市観光案内所：1.4回 / 呉市へは1.0回。

したがって、**東広島市の観光客の中には、東広島市を複数回訪問した人が一定数含まれていたものと推察**される。

→<考察資料5> 参照… P 92

(6)周遊促進先拠点の滞在について

滞在日数を比較すると、**東広島市は呉市に比べて2日以上滞在者の割合が高い。**

- 期間前・日本語：14.7ポイント差、期間中・日本語：11.9ポイント差

また、時間帯別滞在者数は、**昼間は呉市が多いが、期間前・中とも18時台に逆転し東広島市が多くなる。**以降、東広島市は終電の23時台、0時台にも一定の滞在者が見受けられ、呉市よりも宿泊を伴う観光客が多いものと推察される。

→<考察資料6> 参照… P 93、94

(7)周遊促進先拠点の宿泊について

訪問者毎に滞在日を加算し集計する滞在日数とは別に、二日連続で捕捉した訪問者を宿泊、一日のみの訪問者を未宿泊とみなし宿泊率を集計のうえ東広島市と呉市を比較。**宿泊率は、東広島市が呉市よりも高かった。**

期間前、期間中ともに宿泊率は東広島市が呉市よりも高かった。

（東広島市と呉市）の差分 期間前：5.1ポイント差 期間中：3.1ポイント差

→<考察資料7> 参照… P 95

3.効果把握

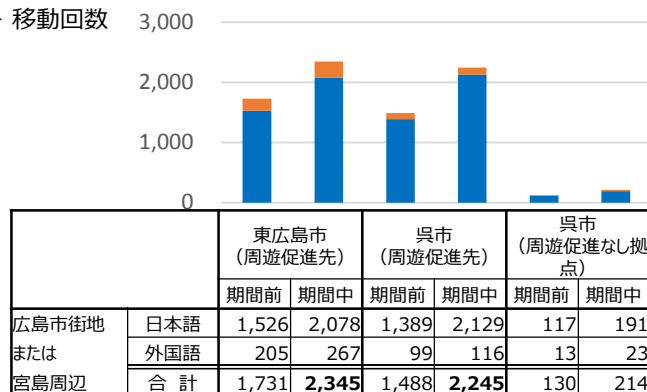
(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

②情報発信後の状況は合う及び効果測定のためのログデータ分析

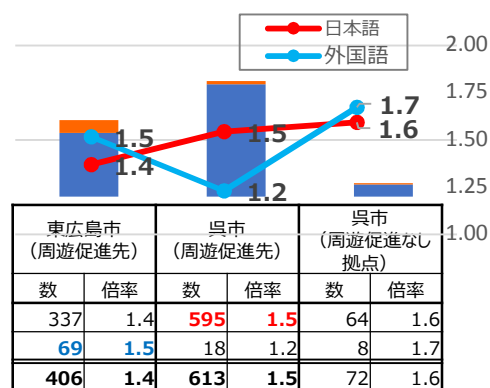
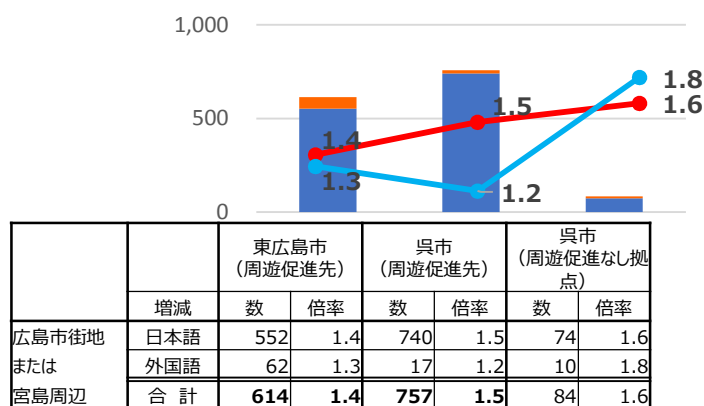
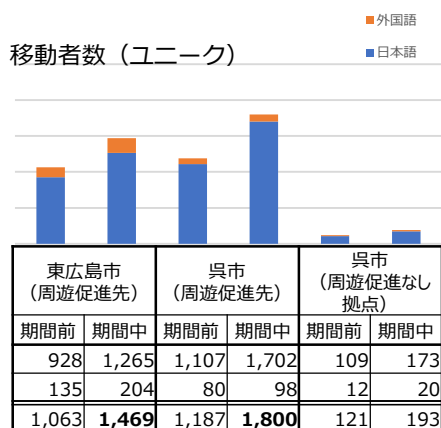
<考察資料1> 情報発信エリアから周遊促進先等への移動_期間前・中比較

- ✓期間中の広島市街地または宮島周辺からの移動については、期間前に対し1.4～1.5倍増加した。
 - 東広島市：移動回数 2,345回（対期間前 +614回/1.4倍）、移動者数 1,469人（対期間前 +406人/1.4倍）
 - 呉市：移動回数 2,245回（対期間前 +757回/1.5倍）、移動者数 1,800人（対期間前 +613人/1.5倍）
- ✓一方、呉市の周遊促進なし拠点への移動も増加していた。対期間前 移動回数+84人/1.6倍、移動者数+72人/1.6倍）
- ✓周遊促進先への移動に関し、日本語は呉市へ（+595人/1.5倍）、外国語は東広島市へ（+69人/1.5倍）がより増加した。

➤ 移動回数



➤ 移動者数（ユニーク）



3.効果把握

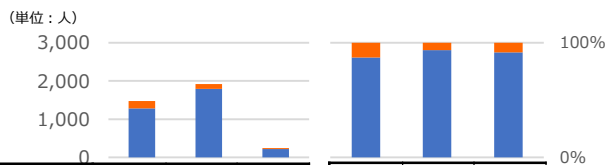
(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

②情報発信後の状況は合う及び効果測定のためのログデータ分析

<考察資料2> 周遊促進先市の滞在者数と情報発信拠点からの移動者の割合

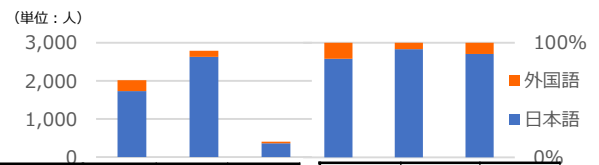
- ✓東広島市の期間中の滞在者数は、日本語1,730人、外国語285人で合計2,015人。このうち、広島市街地または宮島周辺からの移動者は、日本語1,265人（移動者割合73.1% 以下同様）、外国語204人（71.6%）で合計1,469人（72.9%）だった。
- ✓呉市の期間中の滞在者数は、日本語2,631人、外国語158人で合計2,789人。このうち、広島市街地または宮島周辺からの移動者は、日本語1,702人（移動者割合64.7% 以下同様）、外国語98人（62.0%）で合計1,800人（64.5%）だった。
- ✓期間前と期間中で移動者割合にあまり大きな変化は見られなかったが、日本語の呉市への移動は、2.9ポイント増加していた。

➤ 期間前



	東広島市 周遊 促進先	呉市 周遊 促進先	呉市 周遊促進 なし拠点先
日本語	1,279	1,792	222
外国語	190	126	21
英語（米国）	51	26	5
英語（英国）	12	5	0
英語（豪州）	5	5	0
英語（その他）	57	55	14
繁体字（台湾）	5	0	0
繁体字（香港）	0	0	0
簡体字	22	5	5
ハングル	5	0	5
フランス語	0	5	0
ドイツ語	5	0	0
スペイン語	5	0	0
イタリア語	0	0	0
タイ語	5	5	0
その他外国語	35	36	5
合計	1,469	1,918	243

➤ 期間中



	東広島市 周遊 促進先	呉市 周遊 促進先	呉市 周遊促進 なし拠点先
日本語	1,730	2,631	366
外国語	285	158	40
英語（米国）	77	43	8
英語（英国）	19	8	5
英語（豪州）	5	5	0
英語（その他）	76	79	28
繁体字（台湾）	6	0	0
繁体字（香港）	0	0	0
簡体字	25	5	5
ハングル	5	0	5
フランス語	5	5	0
ドイツ語	5	0	0
スペイン語	5	0	0
イタリア語	0	0	0
タイ語	5	5	0
その他外国語	70	19	5
合計	2,015	2,789	406

(差分) 期間中-期間前

広島市街地	日本語	928	1,107	109
または	外国語	135	80	12
宮島周辺	合計	1,063	1,187	121
広島市街地	日本語	72.6%	61.8%	49.1%
または宮島	外国語	71.1%	63.5%	57.1%
周辺からの	合計	72.4%	61.9%	49.8%
周遊者の割合				

日本語	+0.5	+2.9	-1.8
外国語	+0.5	-1.5	-7.1
合計	+0.5	+2.6	-2.3

広島市街地	日本語	1,265	1,702	173
または	外国語	204	98	20
宮島周辺	合計	1,469	1,800	193
広島市街地	日本語	73.1%	64.7%	47.3%
または宮島	外国語	71.6%	62.0%	50.0%
周辺からの	合計	72.9%	64.5%	47.5%
周遊者の割合				

	東広島市 周遊促進先	呉市 周遊促進先	呉市 周遊促進なし 拠点
日本語	+451	+839	+144
	1.4倍	1.5倍	1.6倍
外国語	+95	+32	+19
	1.5倍	1.3倍	1.9倍
合計	+546	+871	+163
	1.4回	1.5倍	1.7倍

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

②情報発信後の状況は合う及び効果測定のためのログデータ分析

<考察資料3> 広島市から他の市町への移動

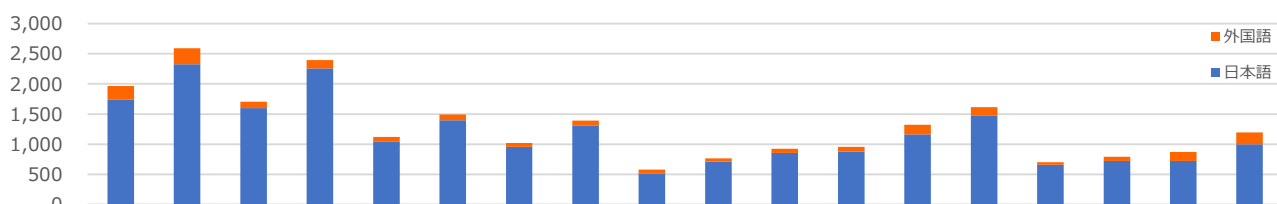
✓期間中の広島市から東広島市、呉市への移動※については、期間前に対し1.3～1.4倍増加した。

- 東広島市：移動回数 2,590回（対期間前 +625回/1.3倍）、移動者数 1,465人（対期間前 +359人/1.3倍）
- 呉市：移動回数 2,396回（対期間前 +690回/1.4倍）、移動者数 1,857人（対期間前 +566人/1.4倍）

✓移動回数が500回以上の市町※を比較すると、周遊促進のための情報発信を行わなかった尾道市は移動回数が1.3倍で移動者数が1.4倍、福山市は移動回数が1.4倍で移動者数が1.5倍、岩国市が移動回数と移動者数ともに1.4倍など増加に差は無かった。

※拠点を選定せず、各市町に設置されている全てのHIROSHIMA_FREE_Wi-Fiで集計（フェリーを除く397APが対象）

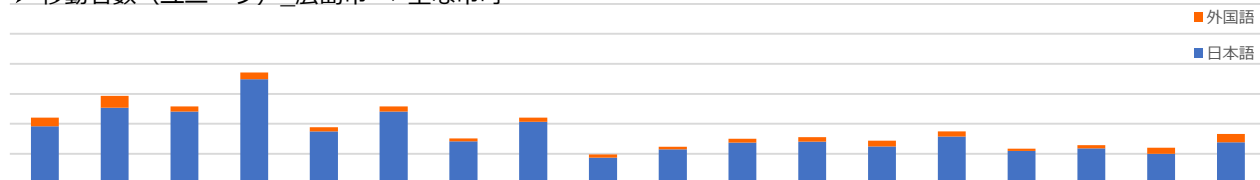
➤ 移動回数_広島市 ⇒ 主な市町



	東広島市		呉市		尾道市		福山市		三次市		安芸高田市		江田島市		安芸太田町		岩国市	
	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中
日本語	1,739	2,324	1,597	2,259	1,046	1,395	954	1,310	516	714	853	878	1,164	1,472	660	724	723	997
外国語	226	266	109	137	75	97	66	80	61	53	72	80	160	144	42	68	148	199
合計	1,965	2,590	1,706	2,396	1,121	1,492	1,020	1,390	577	767	925	958	1,324	1,616	702	792	871	1,196

増減	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率
日本語	585	1.3	662	1.4	349	1.3	356	1.4	198	1.4	25	1.0	308	1.3	64	1.1	274	1.4
外国語	40	1.2	28	1.3	22	1.3	14	1.2	-8	0.9	8	1.1	-16	0.9	26	1.6	51	1.3
全言語	625	1.3	690	1.4	371	1.3	370	1.4	190	1.3	33	1.0	292	1.2	90	1.1	325	1.4

➤ 移動者数（ユニーク）_広島市 ⇒ 主な市町



東広島市		呉市		尾道市		福山市		三次市		安芸高田市		江田島市		安芸太田町		岩国市	
前	中	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中	前	中
957	1,269	1,204	1,746	874	1,207	709	1,032	439	573	690	706	626	790	548	590	501	695
149	196	87	111	67	85	49	70	52	47	62	70	96	82	38	53	103	136
1,106	1,465	1,291	1,857	941	1,292	758	1,102	491	620	752	776	722	872	586	643	604	831

数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率	数	倍率
312	1.3	542	1.5	333	1.4	323	1.5	134	1.3	16	1.0	164	1.3	42	1.1	194	1.4
47	1.3	24	1.3	18	1.3	21	1.4	-5	0.9	8	1.1	-14	0.9	15	1.4	33	1.3
359	1.3	566	1.4	351	1.4	344	1.5	129	1.3	24	1.0	150	1.2	57	1.1	227	1.4

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

②情報発信後の状況は合う及び効果測定のためのログデータ分析

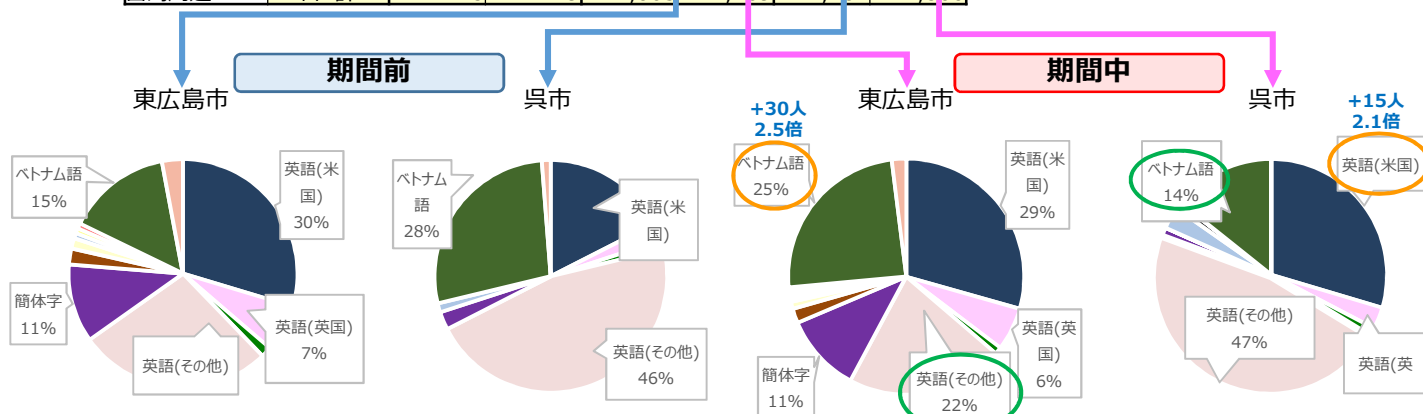
<考察資料4> 情報発信エリアから周遊促進先への移動_外国語内訳比較

期間前と期間中の言語割合の変化について

- ✓東広島市は、期間中、英語（その他）が▲5.8ポイント減少し、ベトナム語が+9.7ポイント増加
- ✓呉市は、期間中、ベトナム語が▲13.2ポイント減少し、英語（米国）が+12.1ポイント増加

➤ 移動者数（ユニーク）

		東広島市と呉市 (周遊促進先)		東広島市 (周遊促進先)		呉市 (周遊促進先)	
		期間前	期間中	期間前	期間中	期間前	期間中
広島市街地 または 宮島周辺	日本語	75	113	928	1,265	1,107	1,702
	外国語	5	6	135	204	80	98
	合 計	78	119	1,063	1,459	1,187	1,800



周遊促進先	東広島市	呉市
英語(米国)	40 29.6%	14 17.5%
英語(英国)	9 6.7%	5 2.5%
英語(豪州)	5 1.5%	5 1.3%
英語(その他)	37 27.4%	37 46.3%
簡体字	15 11.1%	5 2.5%
繁体字(台湾)	5 2.2%	0 0.0%
ハングル	5 1.5%	0 0.0%
タイ語	5 0.7%	5 1.3%
フランス語	0 0.0%	0 0.0%
ドイツ語	5 0.7%	0 0.0%
スペイン語	5 0.7%	0 0.0%
ベトナム語	20 14.8%	22 27.5%
その他外国語	5 3.0%	5 1.3%
合 計	135 100.0%	80 100.0%

英語(米国)	英語(英国)	英語(豪州)	英語(その他)	簡体字	繁体字(台湾)	ハングル	タイ語	フランス語	ドイツ語	スペイン語	ベトナム語	その他外国語
--------	--------	--------	---------	-----	---------	------	-----	-------	------	-------	-------	--------

周遊促進先	東広島市	呉市
英語(米国)	60 29.4%	29 29.6%
英語(英国)	12 5.9%	5 3.1%
英語(豪州)	5 1.0%	5 1.0%
英語(その他)	44 21.6%	46 46.9%
簡体字	22 10.8%	5 1.0%
繁体字(台湾)	5 2.0%	0 0.0%
ハングル	5 1.0%	0 0.0%
タイ語	5 0.5%	5 3.1%
フランス語	5 0.5%	5 1.0%
ドイツ語	5 0.5%	0 0.0%
スペイン語	5 0.5%	0 0.0%
ベトナム語	50 24.5%	14 14.3%
その他外国語	5 2.0%	0 0.0%
合 計	204 100.0%	98 100.0%

5ポイント以上の大幅な変化があった言語

○ 期間中> 期間前の言語 ○ 期間前> 期間中の言語

<参考> 期間前・中の日本語と外国語の割合の変化

		東広島市 (周遊促進先)			呉市 (周遊促進先)		
		期間前	期間中	差分	期間前	期間中	差分
広島市街地 または 宮島周辺	日本語	87.3%	86.1%	-1.2	93.3%	94.6%	+1.3
	外国語	12.7%	13.9%	+1.2	6.7%	5.4%	-1.3
	合 計	100.0%	100.0%	-	100.0%	100.0%	-

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

②情報発信後の状況は合う及び効果測定のためのログデータ分析

<考察資料5> 広島市から東広島市・呉市への移動について

- ✓ 広島市から東広島市、呉市への移動を比較すると、日本語は移動者数では呉市が多かったものの、移動回数では東広島市が多かった。（外国語は、移動回数、移動者数とも東広島市が多かった。）
- ✓ 広島駅総合案内所、広島駅南口広場、本通商店街から東広島市観光案内所、くれ観光情報プラザ、呉港、大和ミュージアムへの日本語の一人あたりの移動回数を算出・比較すると、東広島市観光案内所が呉市各拠点への移動に比べて多かった。
 - 広島駅総合案内所から東広島市観光案内所：1.2回、広島駅南口広場から東広島市観光案内所：1.4回。呉市へは1.0回。

➤ 広島市から東広島市、呉市への移動回数と移動者数について

広島市からの移動		東広島市		呉市		東広島市－呉市	
		③前	④中	⑤前	⑥中	③－⑤	④－⑥
①移動回数	日本語	1,739	2,324	1,597	2,259	142	65
	外国語	226	266	109	137	117	129
	合 計	1,965	2,590	1,706	2,396	259	194
②移動者数	日本語	957	1,269	1,204	1,746	-247	-477
	外国語	149	196	87	111	62	85
	合 計	1,106	1,465	1,291	1,857	-185	-392
一人あたりの移動回数 ①／②	日本語	1.8	1.8	1.3	1.3		
	外国語	1.5	1.4	1.3	1.2		
	合 計	1.8	1.8	1.3	1.3		

日本語は、
移動回数では、東広島市＞呉市
移動者数では、呉市＞東広島市

➤ 広島市内の主な拠点から東広島市と呉市の主な拠点への移動について（期間中）

		東広島市観光案内所			くれ観光情報プラザ			呉港			大和ミュージアム		
		①移動回数	②移動者数	①/②	移動者数	移動回数	①/②	移動者数	移動回数	①/②	移動者数	移動回数	①/②
広島駅総合案内所	日本語	248	208	1.2回	110	105	1.0回	45	45	1.0回	72	73	1.0回
	外国語	27	27	1.0回	10	10	1.0回	0	0	1.0回	5	5	1.0回
	合 計	275	235	1.2回	120	115	1.0回	45	45	1.0回	75	76	1.0回
広島駅南口広場	日本語	524	384	1.4回	143	138	1.0回	90	89	1.0回	104	107	1.0回
	外国語	55	47	1.2回	8	6	1.3回	5	5	1.3回	5	5	1.3回
	合 計	579	431	1.3回	151	144	1.0回	92	91	1.0回	107	110	1.0回
本通商店街	日本語	151	137	1.1回	56	56	1.0回	42	41	1.0回	55	55	1.0回
	外国語	29	26	1.1回	5	5	1.0回	0	0	1.0回	5	5	1.0回
	合 計	180	163	1.1回	61	61	1.0回	42	41	1.0回	57	57	1.0回

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

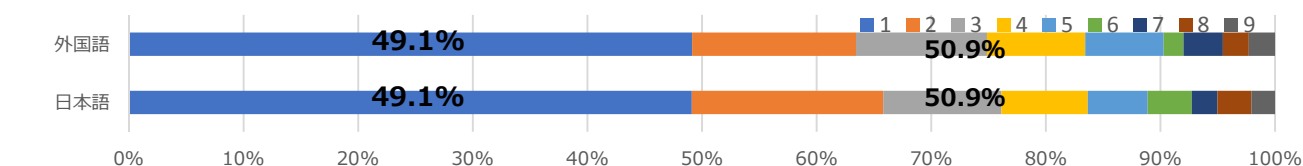
②情報発信後の状況は合う及び効果測定のためのログデータ分析

<考察資料6> 周遊促進先市の滞在日数と時間帯別滞在者数

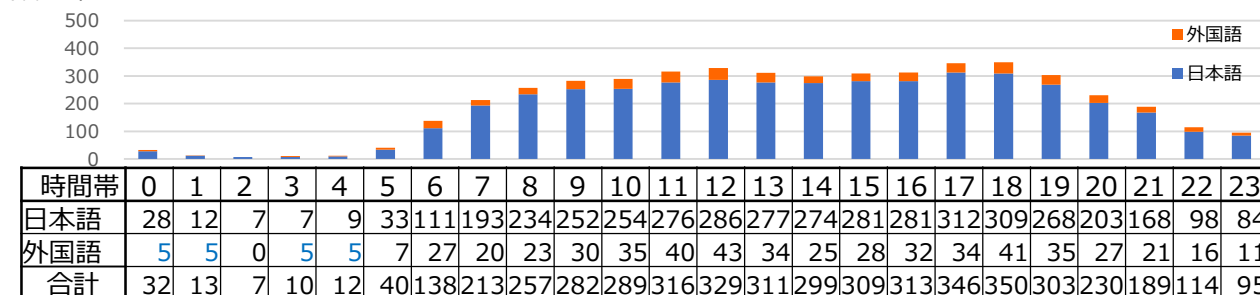
- ✓東広島市は、呉市に比べて2日以上滞在者の割合が高い。
期間前・日本語:14.7ポイント差、期間中・日本語:11.9ポイント差
- ✓**時間帯別滞在者数は、昼間は呉市が多いが、期間前・中とも18時台に逆転し東広島市が多くなる。**以降、東広島市は終電の23時台、その後の0時台にも一定の滞在者が見受けられ、呉市よりも宿泊を伴う観光客が多いものと推察される。

東広島市

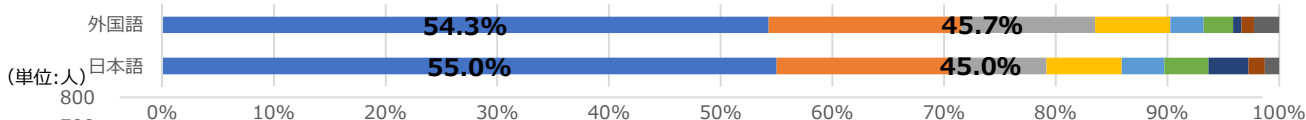
日数毎の滞在者の割合



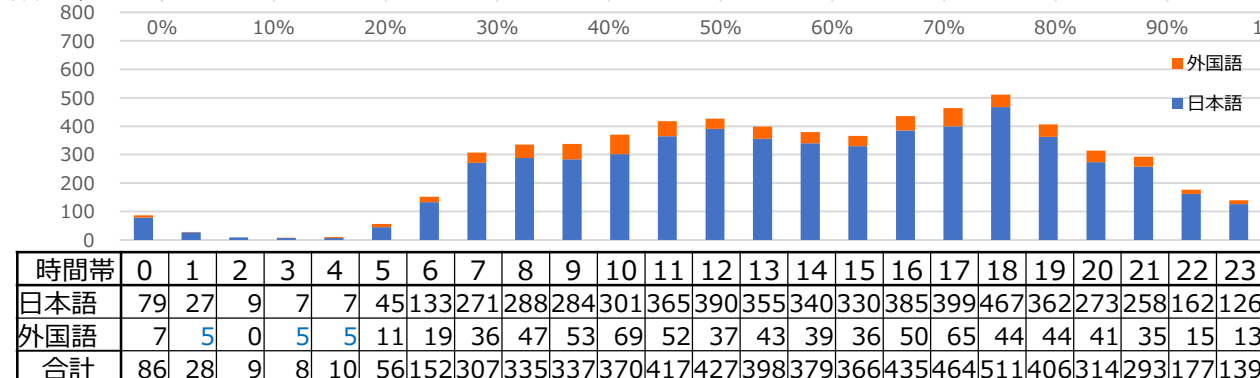
(単位:人)



期間前



(単位:人)



期間中

3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

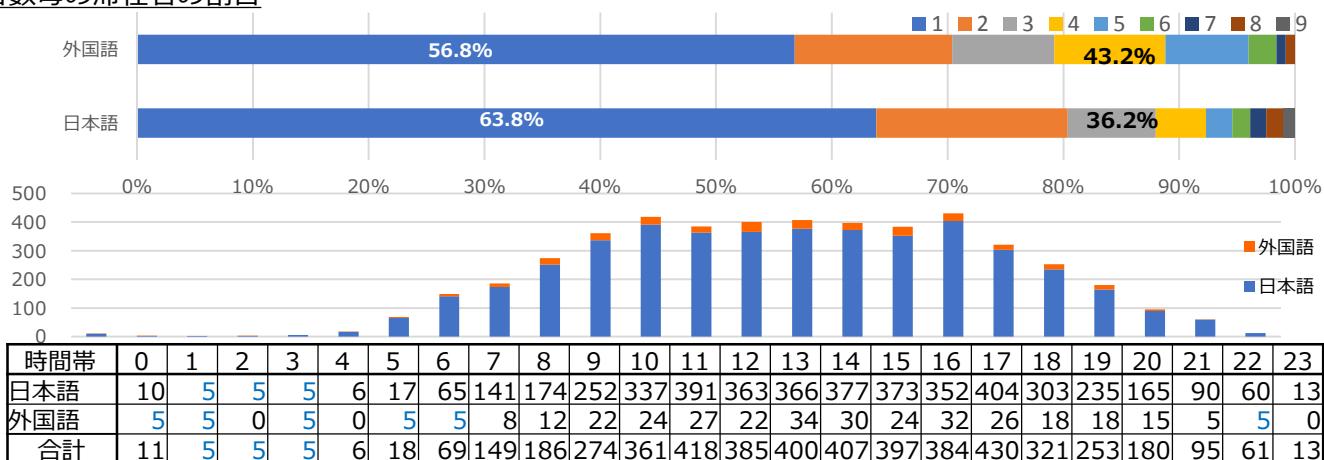
②情報発信後の状況は合う及び効果測定のためのログデータ分析

<考察資料6> 周遊促進先市の滞在日数と時間帯別滞在者数

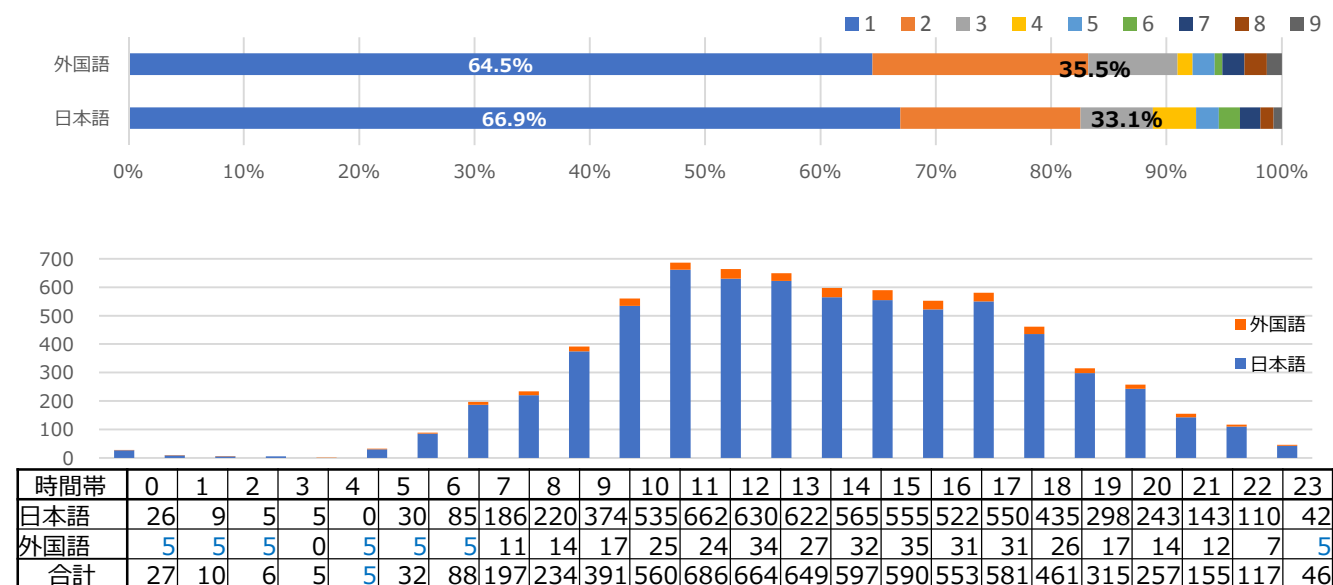
呉市

日数毎の滞在者の割合

期間前



期間中



3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

②情報発信後の状況は合う及び効果測定のためのログデータ分析

<考察資料7_参考> 東広島市と呉市訪問者の宿泊率について

◆訪問者毎に滞在日を加算し集計する滞在日数とは別に、二日連続で捕捉した訪問者を宿泊、一日のみの訪問者を未宿泊と見做し、宿泊率を集計のうえ東広島市と呉市を比較。
宿泊率は、東広島市が呉市よりも高かった。

☑期間前、期間中ともに宿泊率は東広島市が呉市よりも高かった。（東広島市と呉市）の差分

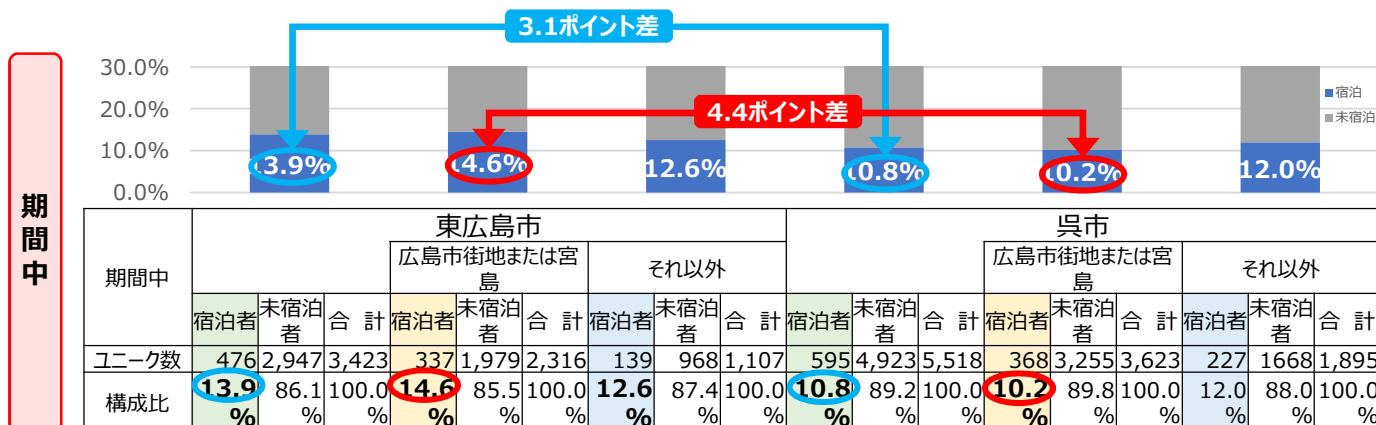
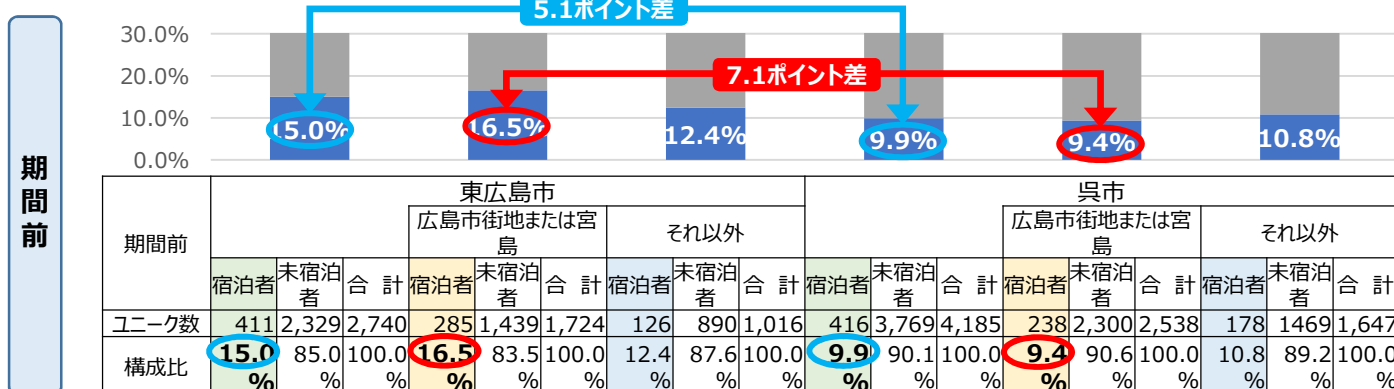
期間前：5.1ポイント差 期間中：3.1ポイント差

ただし、期間中、東広島市はやや減少したのに対し、呉市はやや増加していた。

✓東広島市と呉市の宿泊率について、広島市街地または宮島訪問者とそれ以外（広島市街地または宮島を訪問しなかった人）を比較すると、期間前、期間中とも広島市街地または宮島訪問者の方が宿泊率が高かった。

❌広島市街地または宮島訪問者だけで比較すると、東広島市と呉市の宿泊率の差は、全員の場合よりも大きかった。

（東広島市－呉市）の差分 期間前：7.1ポイント差 期間中：4.4ポイント差



3.効果把握

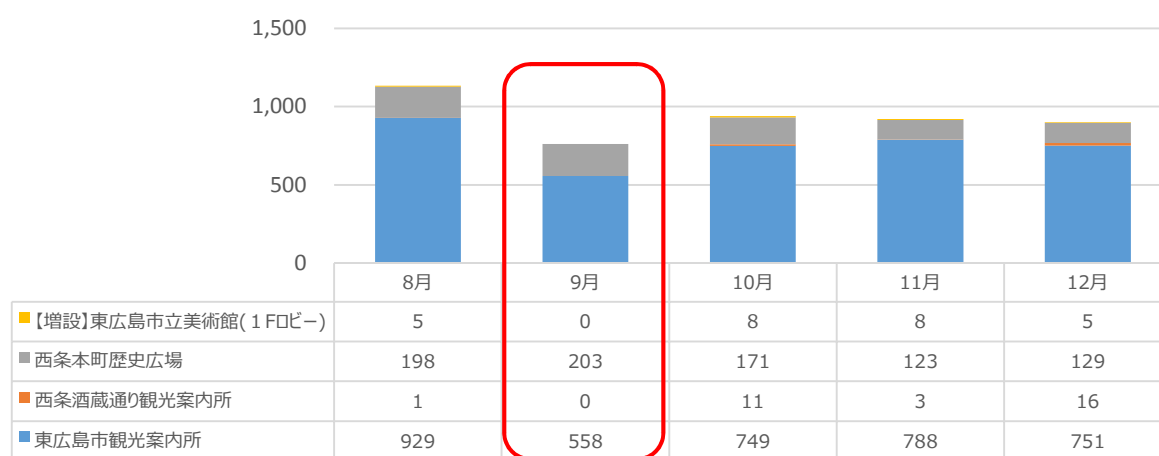
(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証

②情報発信後の状況把握及び効果測定のためのログデータ分析

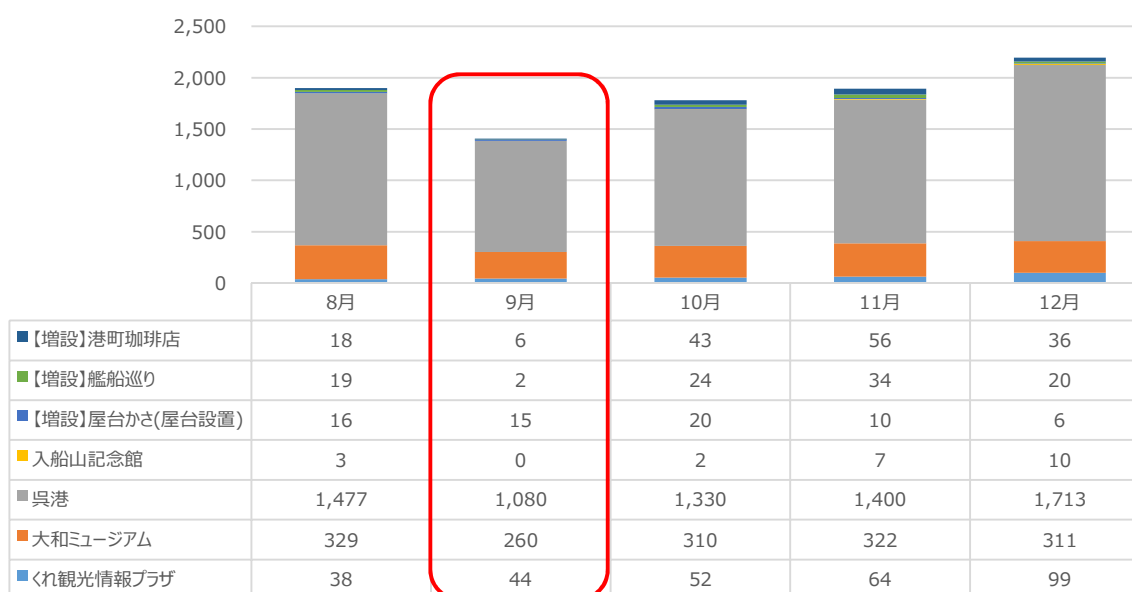
HIROSHIMA FREE Wi-Fiのアクセス数

HIROSHIMA FREE Wi-Fiのアクセス数は、8月の夏休みシーズンは多かったものの、**緊急事態宣言**がでていた**9月は減少しており**、プロモーション期間中の10月～12月は増加していた。

東広島市



呉市

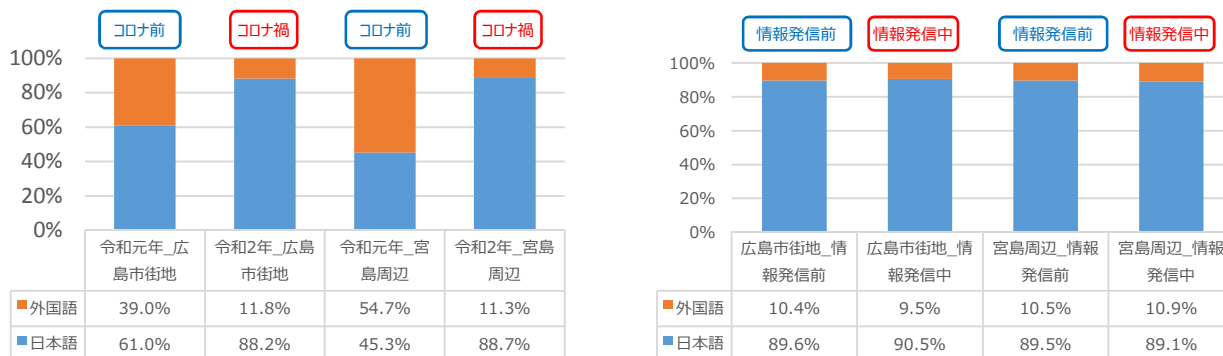


3.効果把握

(2)ログデータ等による周遊者数の分析・効果検証 効果把握総括

(1)情報発信拠点（広島市街地・宮島周辺）に関して

コロナ前は外国語ユーザーが多く見受けられたが、コロナ禍においては、約9割が日本語という状況であった。



(2)周遊促進先拠点（東広島市・呉市）に関して

- **情報発信期間中**、広島市街地または宮島周辺から**東広島市、呉市**への移動（回数と人数）は増加した。
- 日本語は呉市への移動者数がより増加したのに対し、**外国語は東広島市**への移動者数がより増加した。呉市の周遊促進なし拠点への移動も増加していた。
- 一方、周遊促進先市の滞在者数に占める情報発信拠点からの移動者の割合を情報発信期間前と期間中で比較すると、東広島市は、日本語、外国語ともに変化はなかったが、呉市は、日本語の移動が2.9ポイント増加していた。
- 情報発信エリアから周遊促進先の東広島市、呉市への移動に関し、日本語と外国語の割合はあまり変化がなかったが、外国語内訳は、それぞれ変化が見受けられた。
 - **東広島市**：期間中、英語（その他）▲ 5.8ポイント減少、**ベトナム語** +13.2ポイント増加
 - **呉市**：期間中、その他外国語 ▲14.5ポイント減少、**英語（米国）** +12.1ポイント増加
- 広島市から東広島市・呉市への移動について、日本語は移動者数では呉市が多かったが、移動回数では東広島市が多かった。加えて、滞在日数を比較すると東広島市は、呉市に比べて2日以上滞在者の割合が高かった。東広島市は終電の23時台、0時台にも一定の滞在者が見受けられ、**呉市**よりも宿泊を伴う観光客が多いものと推察される。

		東広島市 (周遊促進先)		呉市 (周遊促進先)		呉市 (周遊促進なし拠点)	
		期間前	期間中	期間前	期間中	期間前	期間中
広島市街地 宮島周辺	日本語	928	1,265	1,107	1,702	109	173
	外国語	135	204	80	98	12	20
	合計	1,063	1,469	1,187	1,800	121	193

(3)効果検証結果

1.【目標】1,000ユーザー以上への情報発信

- APからの情報発信：**2,860ユーザー**（ランディングページ閲覧数）
- SNSでの情報発信：**16,784ユーザー**（クリック数）※ディスプレイ広告が表示回数も多くクリック数も多い。
- 観光案内所からの情報発信
- サイネージ：**12,096回**（広島駅構内掲出回数）5分に1回15秒の掲出を8週間実施。

2.【目標】広域都市圏内への周遊者数3%以上増加

- 情報発信拠点から周遊促進先拠点への周遊者数
 - 東広島市 前：1,063→中：1,469 **38%**増加（外国語のみ51%増加）
 - 呉市 前：1,187→中：1,800 **52%**増加（外国語のみ23%増加）
 - 全体：**31%**増加

4.検討会

検討会議事録

4.検討会

第1回検討会議事録

項目	内容	
開催日時	令和3年7月30日（金）14時～15時	
会議形式	Web形式	
参加者	広島市（経済観光局観光振興部おもてなし推進担当）	重水課長、榎本主幹、小平主事
	広島広域都市圏各市町	各担当者
	広島県観光連盟	担当者
	N T Tブロードバンドプラットフォーム（株）	石川部長、林田社員
	N T T西日本（株）	中村課長、水野主査
	N T Tビジネスソリューションズ（株）	辰段課長、長澄社員、平野社員
	中国運輸局 （観光部観光地域振興課）	末田課長補佐、石風呂主査
議事概要	（１）HIROSHIMA FREE Wi-Fi 概要説明 N T Tブロードバンドプラットフォーム（株）石川部長より説明 （２）Wi-Fiログデータの分析に関する説明 広島市小平主事より説明 （３）実証事業の概要説明 中国運輸局末田課長補佐より説明 ● 本年度公募し、受託者はN T Tビジネスソリューションズ（株）。 ● 外国人観光案内所等を拠点とした情報発信に関する調査を行い、域内周遊の促進につながるか検証する。 ● ターゲットは、広島を訪問する外国人観光客（※）の「旅ナカ」。 ● 事業の先に目指すところは、外国人観光案内所の情報発信造成したコンテンツの流通を強化することで、域内周遊・観光消費額の増加を図ること。 ● 実証事業にあたり、ご協力を頂きたい自治体には声掛けをしている。 ● 今後も関係者で打合せを実施し、事業を推進していく。 （４）その他 ● 「観光地の「まちあるき」の満足度向上整備支援事業（観光庁事業）」紹介 ● 「中国地方における観光庁補助事業の活用事例」紹介	

4. 検討会

第2回検討会議事録

項目	内容												
開催日時	令和3年8月26日(木)14時～15時												
会議形式	Web形式												
参加者	<table> <tr> <td>広島市</td><td>小平主事</td></tr> <tr> <td>廿日市市</td><td>丸子係長</td></tr> <tr> <td>東広島市</td><td>吉川主事</td></tr> <tr> <td>呉市</td><td>瀧川主幹、青山主査</td></tr> <tr> <td>N T Tビジネスソリューションズ（株）</td><td>辰段課長、平野社員</td></tr> <tr> <td>中国運輸局（観光部観光地域振興課）</td><td>秋本課長、末田課長補佐、石風呂主査</td></tr> </table>	広島市	小平主事	廿日市市	丸子係長	東広島市	吉川主事	呉市	瀧川主幹、青山主査	N T Tビジネスソリューションズ（株）	辰段課長、平野社員	中国運輸局（観光部観光地域振興課）	秋本課長、末田課長補佐、石風呂主査
広島市	小平主事												
廿日市市	丸子係長												
東広島市	吉川主事												
呉市	瀧川主幹、青山主査												
N T Tビジネスソリューションズ（株）	辰段課長、平野社員												
中国運輸局（観光部観光地域振興課）	秋本課長、末田課長補佐、石風呂主査												
議事概要	（１）プロモーション概要説明 情報発信に関する現状、今後の見通しについて説明 ● AP増設完了（東広島市立美術館／艦船巡り船内／港町珈琲店／屋台かさ） ● APIダイレクト設定、ランディングページ・動画作成、サイネージ掲出、SNS、ガイド等 （２）情報発信選定におけるfrom拠点のログ分析説明 N T Tブロードバンドプラットフォーム（株）の分析結果について説明 （廿日市市）コロナ前のW i F i 利用データの分析は、様々な地点の国籍別・時間帯別のデータや、スポット別の滞在時間などがわかり、大変興味深かった。 （３）スケジュール変更に関する説明 プロモーション動画の撮影予定の変更について説明 （９月２日～４日に撮影予定であったが、８月２５日から広島県に「緊急事態宣言」が発出された影響で多くの施設が閉店するため撮影不可となった。３週間後ろ倒し、９月２３日(呉市)、９月２４日(東広島市)で調整。) （参考：各施設の状況） 【東広島市】 賀茂鶴酒造：休業 仏蘭西屋：休業 田んぼ風景：確認未 東広島市立美術館：開館 【呉市】 大和ミュージアム：休館 艦船めぐり：土日のみ運行中 港町珈琲店・びっくり堂・福住フライケーキ：未確認 （４）関係者への依頼確認 各観光案内所への協力依頼（サイネージ利用、QRカード配布等）等について確認 （５）演出コンテの発表及び確認 ● 東広島市：市立美術館、仏蘭西屋（美酒鍋御膳）、賀茂鶴酒造、等 ● 呉市：商店街／フライケーキ・びっくり饅頭、大和ミュージアム、艦船巡り、港町珈琲店、等												

4. 検討会

第3回検討会議事録

項目	内容	
開催日時	令和3年10月18日(月)10時～12時	
会議形式	Web形式	
参加者	広島市	小平主事
	廿日市市	丸子係長
	東広島市	吉川主事
	呉市	青山主査
	N T Tブロードバンドプラットフォーム（株）	石川部長、林田社員
	N T Tビジネスソリューションズ（株）	辰段課長、平野社員
	中国運輸局（観光部観光地域振興課）	秋本課長、末田課長補佐、石風呂主査
議事概要	（１）プロモーション概要説明 作成したランディングページ、動画等の紹介。プロモーションについて説明。 （期間は3週間後ろ倒し、10月25日から12月19日へ変更。） ● アクセスポイントの活用 32拠点83APにてリダイレクト先をオリジナルランディングページへ変更。 ● 外国人観光案内所の活用 サイネージ（広島駅自由通路、新幹線改札内コンコースに掲出。） From拠点広島市4か所、廿日市市1箇所にて動画を掲出 ● QRカードの活用 呉市・東広島市のQRカード作成 From拠点広島市5か所、廿日市市宮島周辺3か所配置 （広島市、廿日市市の拠点へも配置） ● SNSへの広告掲出 （２）プロモーション前後のAPにおけるログ分析概要説明 情報発信拠点におけるログ分析対象拠点の選定の一覧表示 プロモーション前後のfrom拠点の状況把握拠点の一覧表示 （３）今後のスケジュール 情報発信期間後の措置等を説明。（AP回収、リダイレクト先切り戻し作業、等） （４）その他 情報発信等に関して意見交換。 ● （呉市）作成した動画について、更に効果を高めるための意見あり。	