

# 観光データ分析システム導入等に係る 手引書

令和 8 年 3 月

国土交通省 北陸信越運輸局 観光部

# 目 次

第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方	3
1-1 はじめに	3
1-2 観光データ活用の背景	7
1-3 データに基づく観光戦略への転換	8
1-4 観光データ分析の全体イメージ	9
1-5 観光データ活用を進めるうえでの留意点	10
第2章 観光データ活用の導入・運用事例	11
2-1 データ分析システムの概要	11
2-2 収集しているデータの種類と分析イメージ	17
2-3 データの収集方法	24
2-4 システム導入の手順	29
(1) 合意形成	30
(2) 推進体制の構築	33
(3) 人材育成	36
(4) データ管理と法的対応	38
(5) 財源確保・運用コスト	39
(6) 住民理解・地域への説明	44
2-5 おわりに	47

# 第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方

## 1-1 はじめに

近年、観光を取り巻く環境は大きく変化している。訪日外国人旅行者の増加や観光需要の多様化に加え、観光客の行動様式や消費傾向も変化しており、地域の観光政策や事業者の経営において、より迅速かつ的確な意思決定が求められている。

このような状況の中、観光分野においても、経験や勘に依存した運営から、データに基づく戦略的な観光マネジメントへと転換することの重要性が高まっている。観光客の動向や属性、消費行動などのデータを収集・分析し、現状や課題を客観的に把握することで、より効果的な施策の立案や観光地経営の高度化が可能となる。

本手引書は、「金沢市における観光データ分析システムに基づく観光地経営の高度化及び効率化に向けた実証事業」（令和7年度）において得られた知見を基に、観光データ分析システムの導入や活用を検討する地域に向けて整理したものである。先進地域の取組事例や実際の運用方法を踏まえながら、観光データの収集、分析、活用の進め方について解説することを目的としている。

# 第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方

## 1-1 はじめに

### 【本手引書の目的】

本手引書は、観光データ分析システムの導入や活用を検討する地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等が、導入の検討や運用の参考とすることを目的として作成したものである。

観光データの活用にあたっては、単にシステムを導入するだけでなく、事業者との合意形成や推進体制の構築、人材育成、財源確保など、継続的な運用体制を整備することが重要となる。本手引書では、これらの要素を含め、観光データ活用を進めるための実践的なポイントを整理している。

### 【対象者】

本手引書は、以下のような観光関係者を主な対象としている。

- ・ 地方公共団体の観光担当部局
- ・ 観光地域づくり法人（DMO）・ 観光協会
- ・ 旅館組合等の観光関係団体
- ・ 観光データの収集・活用を検討する宿泊事業者等

これらの関係者が、地域の観光データを活用しながら観光施策や観光地経営を高度化していく際の参考となることを想定している。

# 第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方

## 1-1 はじめに

### 【本手引書の見方】

本手引書は、観光データ分析システムの導入や活用を検討するDMOや自治体、観光関係者を対象として作成しています。利用者の状況に応じて、以下の方法で読み進めてください。

#### (1) 目次に沿って順番に読む

観光データ活用の基本的な考え方から、具体的な取組事例まで体系的に理解したい場合は、目次に沿って順番に読み進めてください。

第1章では観光データ活用の概要や全体イメージを整理し、第2章では先進地域の事例をもとに、データの収集や運用の取組について紹介しています。

#### (2) チェック形式で自地域の状況を確認する

観光データ活用の取組状況を確認したい場合は、チェック項目を活用しながら読み進めてください。

自地域で既に実施している取組や、今後検討が必要な取組を整理することで、観光データ活用の導入や改善に向けた検討に役立てることができます。

#### (3) 図から全体像を把握する

観光データ活用の全体像を把握したい場合は、以下のページを参照してください。

**観光データ分析の全体イメージ（9ページ）**

**観光データ活用を進めるうえでの留意点（10ページ）**

これらの図では、観光データの収集から分析、施策への活用までの流れや、導入・運用にあたってのポイントを整理しています。

# 第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方

## 観光データ活用に関するチェックリスト

自地域の観光データ活用の取組状況を確認するためのチェックリストです。該当する項目にチェックを入れ、必要に応じて参照ページを確認してください。

### ① 観光データ活用の目的・方向性

- 自地域の観光課題（混雑、客単価、閑散期など）を整理している  
→ 参照：P7 観光データ活用の背景
- 観光データを活用する目的（課題解決・戦略立案など）が整理されている  
→ 参照：P8 データに基づく観光戦略への転換
- データ収集から施策立案・効果検証までの流れを理解している  
→ 参照：P8 データ活用サイクル

### ② 観光データの収集

- 宿泊データ（宿泊者数、稼働率、客単価など）を把握している  
→ 参照：P18 宿泊データ
- 観光客属性（年代・居住地・国籍等）のデータを収集している  
→ 参照：P19 観光客属性データ
- 人流データや来訪者動向のデータを活用している  
→ 参照：P20 人流データ
- アンケート等により満足度や旅行目的を把握している  
→ 参照：P21 アンケートデータ
- POSデータや購買データなど消費データを把握している  
→ 参照：P22 消費・購買データ
- Web閲覧データなどを活用した需要予測を行っている  
→ 参照：P23 Web閲覧データ

### ③ データ収集の仕組み

- 宿泊施設から継続的にデータを収集できる仕組みがある  
→ 参照：P24 データ収集方法
- Excel入力、CSV、APIなど複数の収集方法を用意している  
→ 参照：P24 京都市の事例
- RPAや自動連携など、事業者負担を軽減する仕組みがある  
→ 参照：P25 福井県の事例
- PMSや共通システムとの連携を検討している  
→ 参照：P26 城崎温泉の事例

### ④ データ分析・活用

- 自施設や地域全体の観光動向を分析している  
→ 参照：P9 観光データ分析の全体イメージ
- エリア比較や競合比較などの分析を行っている  
→ 参照：P9 エリア分析
- 将来の需要予測や予約状況の分析を行っている  
→ 参照：P9 需要予測

### ⑤ 導入・運用体制

- 宿泊事業者等とデータ活用の目的を共有している  
→ 参照：P30 合意形成（城崎温泉）
- DMO・自治体・観光団体などの推進体制が構築されている  
→ 参照：P33 推進体制の構築
- データ分析を担う人材の確保や育成を行っている  
→ 参照：P36 人材育成
- 個人情報保護やデータ管理のルールを整備している  
→ 参照：P38 データ管理と法的対応
- システム運用のための財源を確保している  
→ 参照：P39 財源確保
- 観光施策の成果を住民へ共有している  
→ 参照：P44 住民理解

# 第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方

## 1-2 観光データ活用の背景

近年、観光需要の多様化や旅行者行動の変化により、観光施策や観光地経営には、より迅速で的確な意思決定が求められている。

一方で、観光に関する意思決定が経験や勘に依存している場合や地域全体の観光動向を把握するデータが十分に活用されていない場合も見られる。

そのため、宿泊データや人流データなどの観光データを活用した「データに基づく観光マネジメント」が重要となっている。

下図は、地域が抱える課題と、データ活用による持続可能な観光地づくりの方向性を示したものである。

### 地域が抱える課題(例)

- 意思決定は、“カン”と“経験”が頼り。変化に対応しきれていない。
- 地域全体としてのデータが不足。一部のデータだけで意思決定している。
- データを収集すること自体が大変。その後の分析・活用が進まない。



### 持続可能な観光地づくり(例)

- 観光客の行動やニーズに基づき適切な意思決定ができています。
- 自社・自地域の強みを把握した上で最適な打ち手を選択できています。
- 不測の事態にも耐えうる強い経営基盤が構築できています。



# 第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方

## 1-3 データに基づく観光戦略への転換

観光データの活用は、単にデータを収集することが目的ではなく、データを分析し、観光施策や観光地経営に活用することが重要である。

一般的な観光データ活用の流れは、以下のようなサイクルで整理することができる。

### ◇観光データ活用の流れ

#### ① データ収集

宿泊データ、人流データ、予約データ、アンケートなど、観光に関する各種データを収集する。



#### ② 現状把握・分析

収集したデータを分析し、来訪者の属性や行動、地域の強みや課題を把握する。



#### ③ 戦略・施策の立案

分析結果を踏まえ、ターゲット設定や商品造成、プロモーション、混雑対策などの施策を検討する。



#### ④ 施策の実施

立案した施策を実施する。



#### ⑤ 効果検証・改善

データを活用して施策の効果を検証し、その結果を次の施策に反映する。

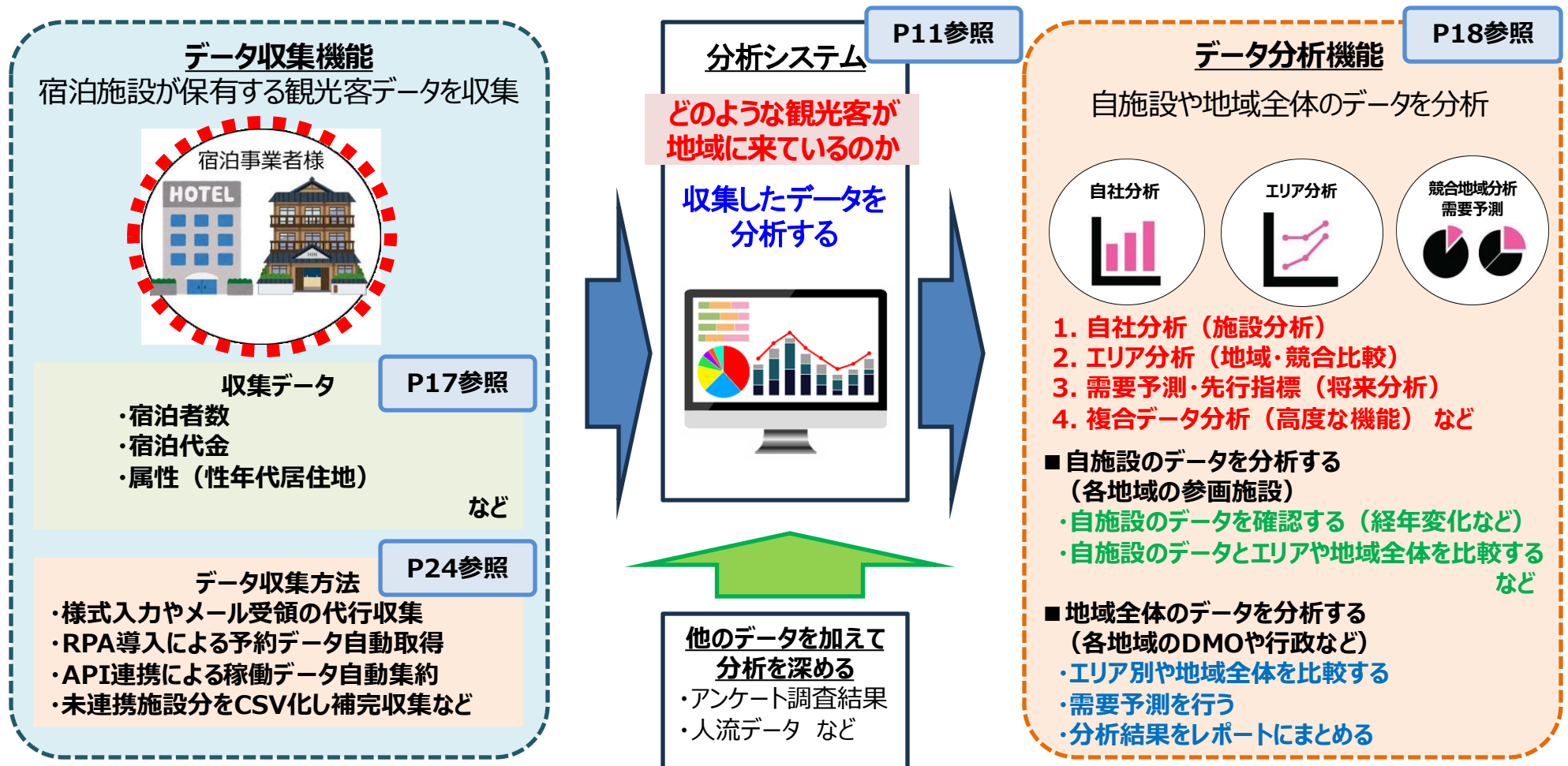
このようなサイクルを継続的に回していくことで、観光施策の精度を高め、観光地経営の高度化を図ることが可能となる。

# 第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方

## 1-4 観光データ分析の全体イメージ

観光データ分析システムは、宿泊データや人流データ、アンケートデータなどの観光関連データを統合・分析し、観光客の動向や地域の観光状況を把握する仕組みである。

これにより、宿泊施設の経営改善と、DMOや自治体による観光戦略の立案・改善に活用することができる。



# 第1章 観光データ活用の背景と基本的な考え方

## 1-5 観光データ活用を進めるうえでの留意点

観光データ分析システムを導入・運用するにあたっては、技術面だけでなく、運用体制や地域内の合意形成など、さまざまな要素を整備することが重要である。

### ① 合意形成

宿泊事業者や観光関係者とデータ共有の目的や意義を共有し、協力体制を構築することが重要である。

P30参照

### ② 推進体制の構築

DMOや自治体を中心とした推進体制を整備し、関係機関が連携して運用する仕組みを構築する必要がある。

P33参照

### ③ 人材育成

データを分析し、観光施策に活用できる人材の確保や育成が求められる。

P36参照

### ④ データ管理・法的対応

個人情報保護やデータの取り扱いルールを整理し、安全にデータを管理する仕組みを整備する必要がある。

P38参照

### ⑤ 財源確保・運用コスト

システム導入だけでなく、継続的な運用費用を確保するための財源の検討が必要である。

P39参照

### ⑥ 住民理解・地域への説明

観光データ活用の成果や観光の経済効果を地域社会に共有し、住民理解を広げていくことが重要である。

P44参照

## 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

### 2-1 データ分析システムの概要

観光データ分析システムは、宿泊施設などから収集したデータを統合し、地域全体の観光動向を可視化する仕組みです。

自施設の経営分析だけでなく、地域全体の観光戦略の立案やマーケティングにも活用されます。各地域では、地域の規模や目的に応じて異なるシステムを導入しています。

地域名	分析システム名	コンセプト	キーワード
京都市	ホテル統計事業	高信頼統計× データ循環型	2年分データ提出（前年比較）、 DMOがハブ、位置情報融合、混雑予報
福井県	FTAS (エフタス)	実数データ× オープンデータ化	RPA自動収集、オープンデータ、 リアルタイム人流
城崎温泉 (豊岡市)	豊岡観光DX基盤	面的なデータ収集 ×地域一体運営	PMS活用、オンハンド（先行予約）共有、 LINE毎日配信、受益者負担
下呂温泉 (下呂市)	宿泊データ分析システム	全施設カバー× 地域経営データ	データ共有文化、行政補完によるカバー率 100%、小規模施設対応、共通指標
金沢市	K-TA (ケータ)	スモールスタート× 多角分析	Google Workspace活用による低コスト・ 省力化、行政と事業者の「共考」、 多層データ分析

# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

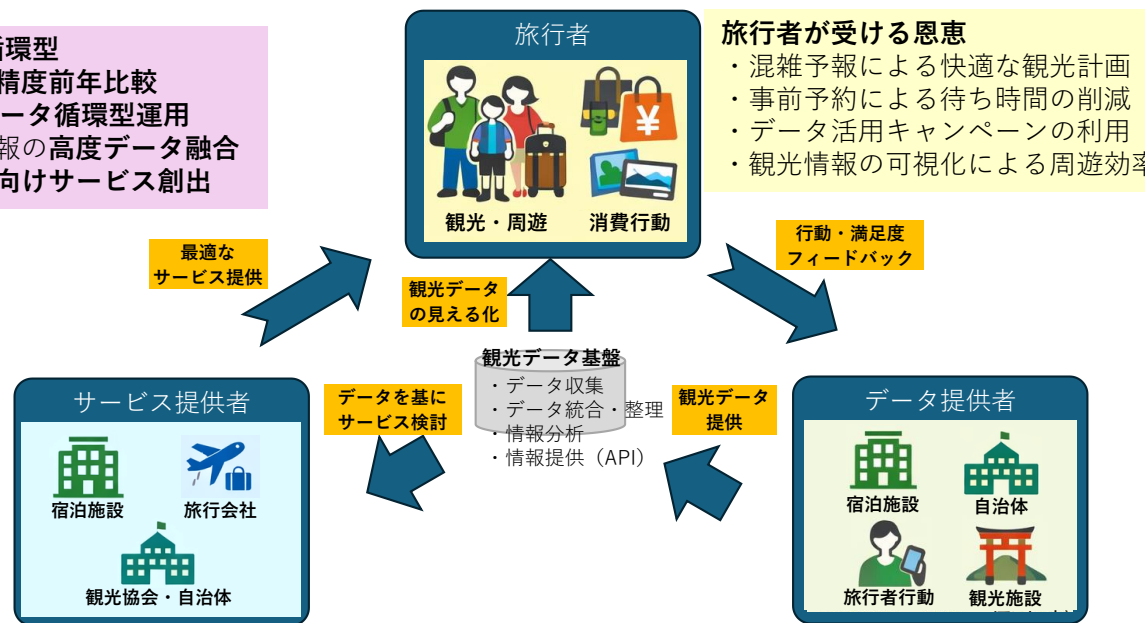
## 2-1 データ分析システムの概要

### 【主な事例】① 京都市

DMO（京都市観光協会）が観光データ基盤の中核を担い、データを事業者へ迅速に還元する循環型の仕組みが構築されている点が特徴である。これにより、事業者は経営判断の材料としてデータ活用のメリットを実感しやすい体制となっている。また、分析結果を混雑予報や需要分散キャンペーンなどの施策に活用することで、旅行者向けサービスの向上にもつなげている。

#### 高信頼統計 × データ循環型

- ・ 同一施設ベースの高精度前年比較
- ・ DMOがハブとなるデータ循環型運用
- ・ 宿泊データ × 位置情報の高度データ融合
- ・ 混雑予報など旅行者向けサービス創出



1. 宿泊施設  
観光データ活用による価格戦略とサービス改善
2. 観光協会  
観光データ分析と情報発信・施策展開
3. 旅行会社  
需要予測に基づく商品造成と運営最適化
4. 自治体  
データに基づく観光政策と環境整備

1. 宿泊施設  
宿泊実績・予約・顧客属性データ
2. 自治体（京都市）  
観光統計・免税売上等の行政データ
3. 旅行者（アンケート・行動ログ）  
位置情報・閲覧履歴等の行動データ
4. 観光施設  
売上・拝観予約等の施設実績データ

# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

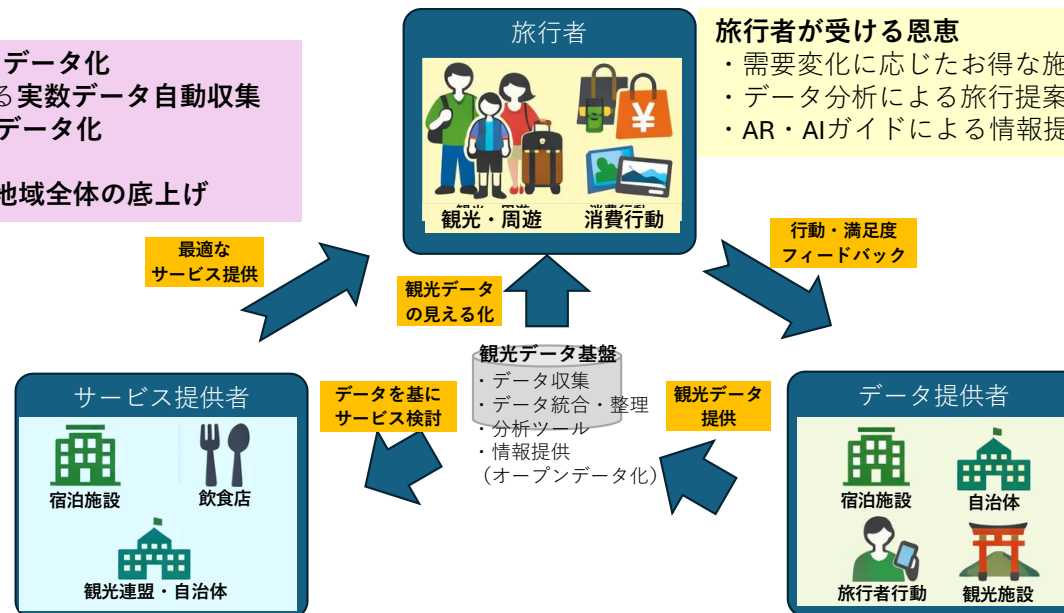
## 2-1 データ分析システムの概要

### 【主な事例】② 福井県

データ公開に加え、専門家が事業者に寄り添う伴走支援を行っている点が特徴である。そこで得られた分析手法や成功事例は「ホワイトペーパー（事例集）」として整理され、FTAS上で共有することで、地域全体のマーケティング力の向上につなげている。また、これらの取組は観光客にとっても有用な情報基盤となり、旅行先の選択や観光行動の支援に活用されている。

#### 実数データ × オープンデータ化

- ・ PMS・センサーによる実数データ自動収集
- ・ FTASによるオープンデータ化
- ・ 地域内データ共有
- ・ 成功事例共有による地域全体の底上げ



1. 観光事業者（宿泊・飲食等）  
データ活用によるサービス提供
2. 福井県観光連盟・コンソーシアム  
観光データ分析と戦略施策展開
3. 自治体  
データ活用型観光政策推進
4. 金融機関・報道機関  
広報発信と地域経済連携支援

1. 宿泊施設  
宿泊予約・PMS実績データ
2. 自治体  
施設予約・観光統計データ
3. 旅行者（人流・アンケート）  
人流・動線・満足度データ
4. 観光施設  
POS売上・購買行動データ

# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-1 データ分析システムの概要

### 【主な事例】③ 城崎温泉(豊岡市)

「LINE」などの日常的なツールを活用した即時性の高い情報共有が行われており、データ活用が旅館だけでなく、飲食店や物産店など地域の事業者にも浸透している。また、「共通PMS」の導入により将来の予約状況（オンハンドデータ）を地域で共有でき、行政やDMOがデータに基づいた施策を実施できる体制となっている。

面的なデータ収集×地域一体運営

- ・観光データ基盤による予約データ共有
- ・LINE配信による即時情報還元
- ・「町全体を一軒の旅館」の地域マネジメント
- ・外湯混雑など観光動線の最適化



旅行者が受ける恩恵

- ・外湯混雑情報による快適入浴
- ・デジタル外湯券による利便性向上
- ・クーポンやアプリによるお得利用
- ・スタンプラリーによる周遊促進

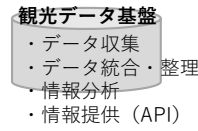
最適なサービス提供

行動・満足度フィードバック

観光データの見える化



データを基にサービス検討



観光データ提供



1. 宿泊施設  
データ活用の価格戦略とCRM
2. 飲食店等（飲食・物販）  
需要予測による運営最適化
3. 豊岡観光イノベーション (TTI)  
観光データ分析と需要予測配信
4. 自治体  
観光政策とデジタルサービス提供

1. 宿泊施設  
宿泊予約・稼働・顧客属性データ
2. 自治体・DMO（豊岡市・TTI）  
観光満足度・消費額調査データ
3. 旅行者（アプリ利用者）  
外湯利用・行動ログデータ
4. 飲食店・物販店等（※将来）  
POS購買・消費行動データ

# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-1 データ分析システムの概要

### 【主な事例】④ 下呂温泉(下呂市)

「誰一人取り残さない」伴走型支援が特徴である。市役所によるアナログデータのデジタル化支援や委託事業者による技術的サポートにより、少人数の事務局体制でもエリア全体の生産性向上に取り組んでいる。また、地域の信頼関係を背景にデータ共有への心理的ハードルが低く、市役所が収集した調査データを観光協会のデジタルシステムへ統合することで、地域全体でのデータ活用が進められている。

#### 全施設カバー × 地域経営データ

- ・データ共有に対する心理的ハードルが非常に低い
- ・行政補完によるデータカバー率100%
- ・小規模施設も含む包括的データ収集
- ・会議で共有する地域経営の共通指標



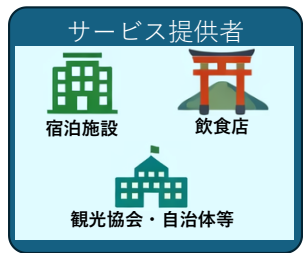
#### 旅行者が受ける恩恵

- ・乗換案内アプリによる移動支援
- ・スマートシティ情報の活用
- ・イベント情報のリアルタイム把握
- ・地域全体での歓迎環境

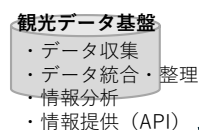
最適なサービス提供

観光データの見える化

行動・満足度フィードバック



データを基にサービス検討



観光データ提供



1. 宿泊施設  
データ活用の価格戦略と運営改善
2. 観光施設  
データ活用の価格戦略
3. 下呂温泉観光協会 (DMO)  
観光データ分析と地域戦略推進
4. 商工会  
事業者の経営計画策定支援
5. 自治体  
データ活用型観光政策推進

1. 宿泊施設  
宿泊実績・予約・顧客属性データ
2. 自治体  
宿泊統計・観光比較データ
3. 旅行者 (アプリ利用者)  
周遊経路・人流行動データ

# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-1 データ分析システムの概要

### 【主な事例】⑤ 金沢市

行政と事業者が連携し、データに基づいた観光経営を目指している点が特徴である。宿泊データのデジタル化を起点とし、Google Workspaceを活用することで低負担入力と低コスト運用を両立しつつ、地域全体のデータと組み合わせた分析を行っている。

現在は宿泊事業者向けの経営支援としての活用が中心であるが、将来的には人流データ等の外部データを組み合わせ、地域全体のマーケティングや混雑対策などへの展開が構想されている。

#### スモールスタート × 多角分析

- ・ Google Workspaceによる低コスト・省力化
- ・ 宿泊・人流・SNSの多層データ分析
- ・ 行政と事業者の共通データ活用
- ・ データドリブな観光経営推進



#### 旅行者が受ける恩恵

- ・ ニーズ反映による観光サービス向上
- ・ 安定した宿泊・接客サービス
- ・ 商品・観光地の継続的改善
- ・ 将来的な混雑緩和・周遊向上

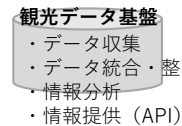
最適なサービス提供

観光データの見える化

行動・満足度フィードバック



1. 宿泊施設  
データ活用の商品開発と運営
2. 自治体  
観光データ活用と政策運営



データを基にサービス検討

観光データ提供



1. 宿泊施設  
宿泊実績・予約・顧客属性データ
2. 自治体・観光協会  
観光施設統計・サイト分析データ
3. 旅行者 (人流・アンケート)  
位置情報・満足度・SNSデータ
4. 観光施設  
観光施設入場者数データ

## 2-2収集しているデータの種類と分析イメージ

観光データ分析システムでは、宿泊データを中心にさまざまな観光関連データを収集し、地域の観光動向を多角的に分析します。

### 【主なデータ】

#### ① 宿泊データ

宿泊者数、客室稼働率、客単価、予約経路、先行予約など。多くの地域で基礎データとして活用されています。

#### ② 観光客属性データ

年代、性別、居住地、国籍などの情報。ターゲットマーケティングや市場分析に活用されます。

#### ③ 人流データ

観光地への入込客数や滞在時間、周遊行動などを把握するデータ。  
福井県では人流センサーを活用した分析を実施しています。

#### ④ アンケートデータ

満足度、旅行目的、観光動線などを把握するためのデータ。

#### ⑤ 消費・購買データ

レジの販売データ（POSデータ）を使って、観光客が『いつ・何を買ったか』という傾向や売れ筋商品を調べます。

#### ⑥ Web閲覧データ

観光サイトの閲覧データなどを活用し、旅行意向を示す先行指標として分析します。

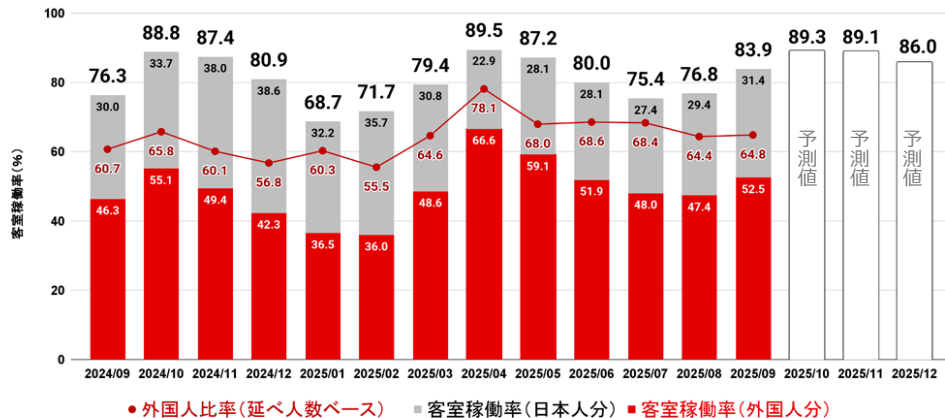
# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-2 収集しているデータの種類と分析イメージ

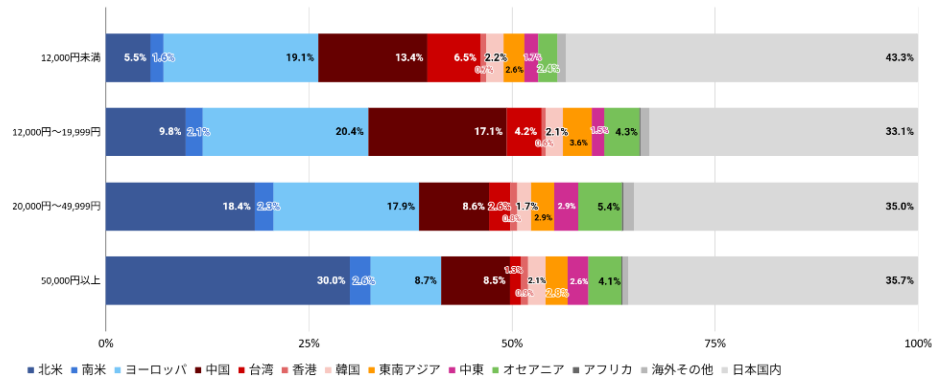
### ① 宿泊データ

宿泊者数、客室稼働率、客単価、予約経路、先行予約など。多くの地域で基礎データとして活用されています。

京都市内主要ホテルにおける客室稼働率の推移



価格帯別の国・地域別構成比 (2025年9月)



日付	曜日	実績:客室稼働率(本年)%	実績:客室稼働率(前年)%	客室稼働率(本年:回答施設平均)%	回答施設数	客室稼働率(前年:回答施設平均)%	回答施設数
2022/7/1	金	31.6	13.8	49.5	26	17.5	28
2022/7/2	土	41.1	18.1	48.6	18	17.2	16
2022/7/3	日	25.2	14.5	65.4	16	24.2	15
2022/7/4	月	51.8	8.5	33.3	15	40.3	14
2022/7/5	火	24.1	8.2	33.9	8	21.1	10
2022/7/6	水	31.9	22.0	27.0	6	20.9	7
2022/7/7	木	#N/A	#N/A	36.4	6	23.1	7
2022/7/8	金	#N/A	#N/A	37.7	6	27.7	6
2022/7/9	土	#N/A	#N/A	67.1	5	23.4	6
2022/7/10	日	#N/A	#N/A	69.6	5	29.6	6
2022/7/11	月	#N/A	#N/A	43.4	5	42.3	6
2022/7/12	火	#N/A	#N/A	43.4	5	24.5	6
2022/7/13	水	#N/A	#N/A	61.4	5	23.5	6
2022/7/14	木	#N/A	#N/A	47.0	5	27.7	6
2022/7/15	金	#N/A	#N/A	56.7	5	33.6	6
2022/7/16	土	#N/A	#N/A	77.7	5	33.6	6
2022/7/17	日	#N/A	#N/A	94.5	5	36.8	6
2022/7/18	祝	#N/A	#N/A	80.9	5	45.7	6
2022/7/19	火	#N/A	#N/A	35.1	5	27.7	6
2022/7/20	水	#N/A	#N/A	33.1	4	21.9	6
2022/7/21	木	#N/A	#N/A	35.7	4	29.6	6
2022/7/22	金	#N/A	#N/A	39.4	4	35.7	6
2022/7/23	土	#N/A	#N/A	55.3	4	74.9	6
2022/7/24	日	#N/A	#N/A	68.0	4	67.4	6
2022/7/25	月	#N/A	#N/A	39.7	2	51.6	6

随時、日別の客室稼働率を入力いただくとDMO側にデータが届き自動的に集計

数秒後に、自分が入力した値も含めた平均値に更新される

2021年12月29日~2022年7月11日までの市内主要ホテル日別稼働率平均値

休前日でない		曜日	休前日	
稼働率	該当日数		稼働率	該当日数
37.8	25	月	1	73.7
38.7	25	火	1	37.2
40.2	26	水	0	
42.2	25	木	2	39.3
	0	金	26	50.9
	0	土	28	60.1
38.1	25	日	3	60.4
36.8	4	祝	4	73.4

週の半ばの平日は前日も翌日も低稼働なので需要を底上げできる余地が少ない

日曜日や祝日は翌日が休日であるかどうかで稼働率が大きく変わる

©2022 Kyoto City Tourism Association (DMO KYOTO)

# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-2 収集しているデータの種類と分析イメージ

### ② 観光客属性データ

年代、性別、居住地、国籍などの情報。 ターゲットマーケティングや市場分析に活用されます。

◆ 平日の稼働を上げるために…

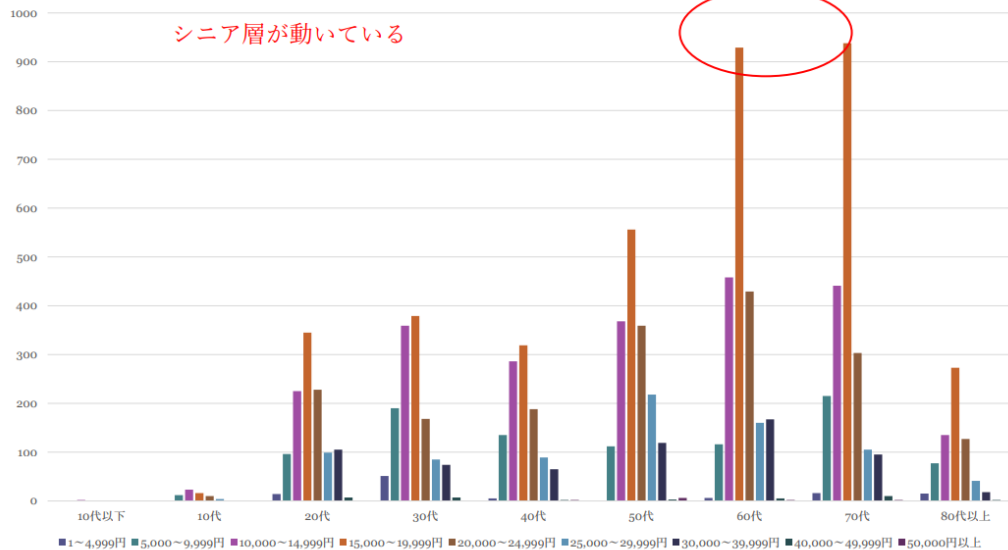
5～6月の年代別データから

シニア層に向けたプランを立案

- ・ 高単価プランで宿泊単価アップを狙う
- ・ コロナ禍でニーズがあるお部屋食にする
- ・ 椅子&テーブルを売りにする

プランの予約状況	予約件数	宿泊人数
6月～8月	27件	87名
9月～11月	47件	146名
12月～2月	28件	100名
3月～5月	51件	167名
6月～8月	28件	104名

2022年6月年代別



### 【シニアプラン】ご年配の方も安心 椅子・テーブルでゆったりお部屋食♪

#### お部屋食

ご年配の方や正座が苦手な方へ  
お部屋でのお食事を「椅子・テーブル」でお召し上がり頂ける安心プラン♪

#### ■ご夕食

お部屋で和食会席をご用意させていただきます。  
旬の食材をふんだんに使い四季を通じて彩られた総料理長自慢の料理をご買味下さい。  
また、添加物を一切使わず、丁寧につくり上げただしを使って調理しておりますので安心してお召し上がりいただけます。  
贅沢なお部屋でのお食事を、是非ご堪能ください。

#### ※お子様のお食事について

小学生は大人料理に準じた内容、小児はお子様用の洋食セットをご用意致します。

#### ■ご朝食【和定食】

お部屋でごゆっくりと気兼ねなく、ご朝食をお楽しみいただけます。  
焼魚や出汁巻き玉子、湯豆腐など、ほっと温まるご朝食をご用意させていただきます。

※メニューが変更になる場合がございますのでご了承ください

※お部屋に予め椅子・テーブルセットを設置させていただきます

※お食事の人数が7名様以上の場合は、椅子・テーブルの個室宴会場にてご夕食ご朝食をご用意させていただきます



【お部屋食】ご年配のお客様も安心♪お部屋でも椅子&テーブルをご用意いたします。

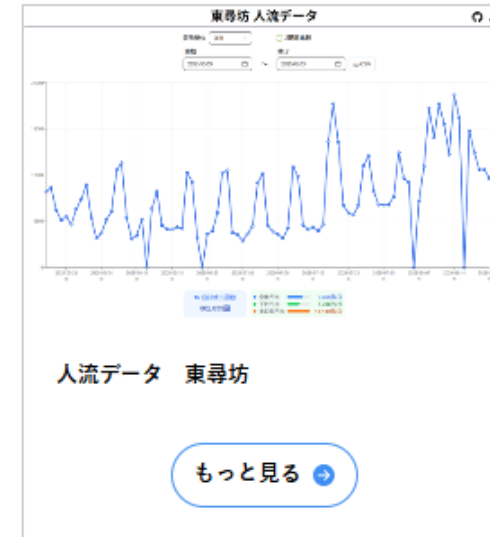
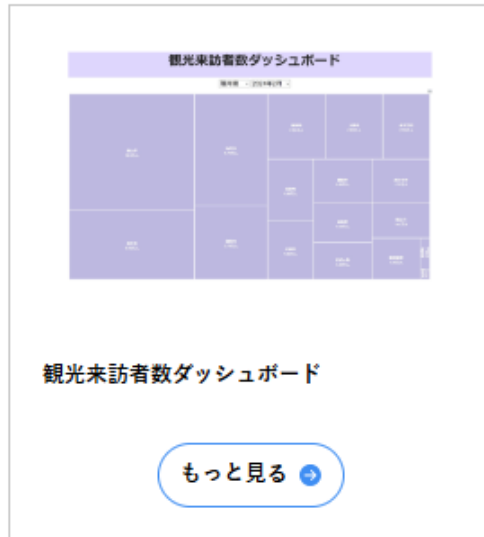


# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-2 収集しているデータの種類と分析イメージ

### ③ 人流データ

観光地への入込客数や滞在時間、周遊行動などを把握するデータ。福井県では人流センサーを活用した分析を実施しています。



# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-2 収集しているデータの種類と分析イメージ

### ④ アンケートデータ

満足度、旅行目的、観光動線などを把握するためのデータ。

来てくれてありがとう ふくい旅  
 答えてHAPPINESS プレゼントキャンペーン



<https://39-fukui.com/>

QRコードを読み込み、アンケートにお答えいただき、応募いただいた方の中から、抽選で福井県グルメギフトカタログが当たるキャンペーン

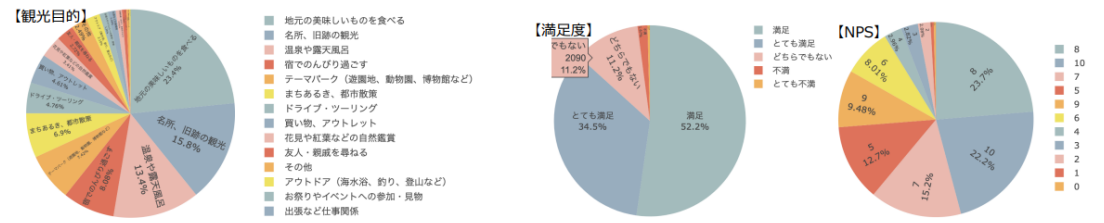
毎日のアンケート協力数

2022年度 **18,726**件  
 (2022年4月28日～2024年3月10日)

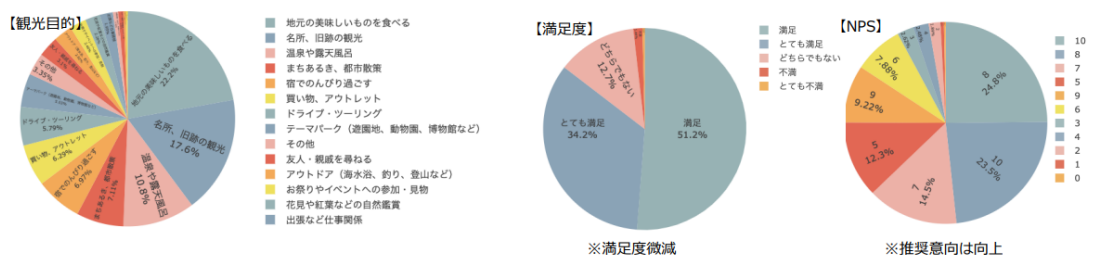
2023年度 **11,755**件  
 (2023年4月28日～2024年9月30日)

2022年4月28日～2023年3月11日 アンケート回答数 18,726件

〔福井県全体〕



2023年4月28日～2023年9月14日 アンケート回答数 10,755件



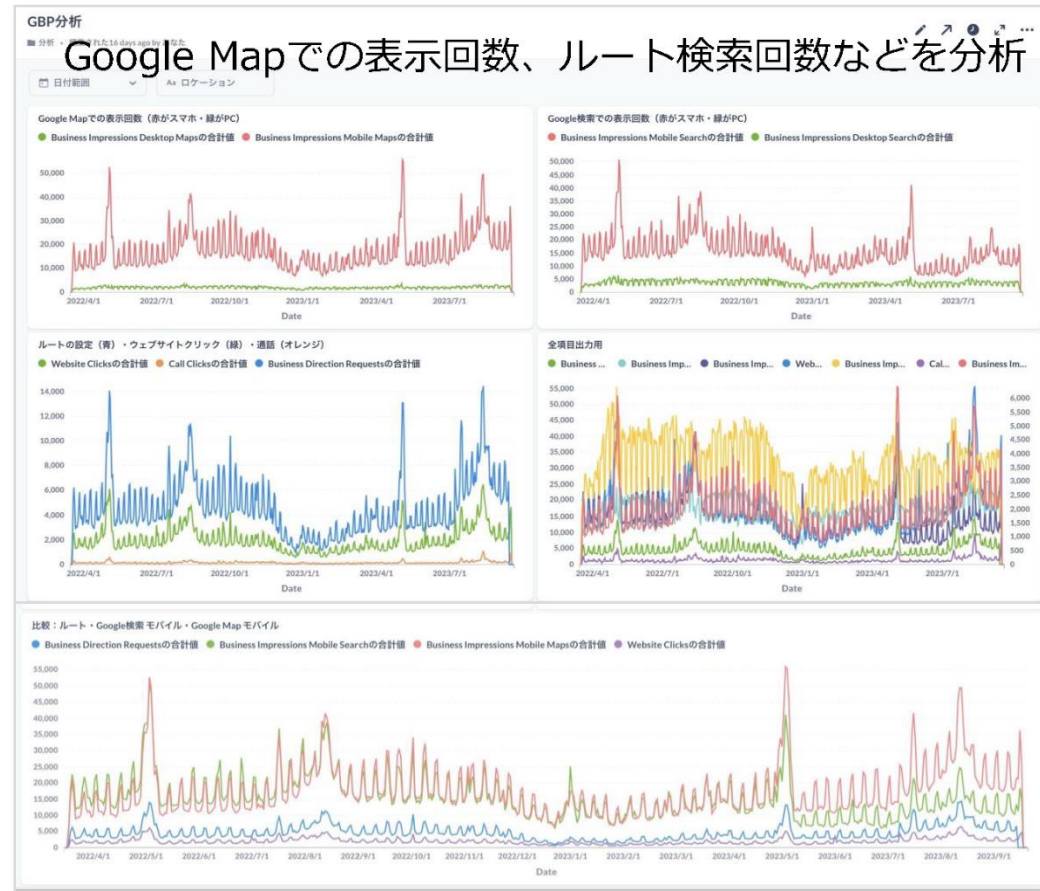
# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-2収集しているデータの種類と分析イメージ

### ⑤ 消費・購買データ

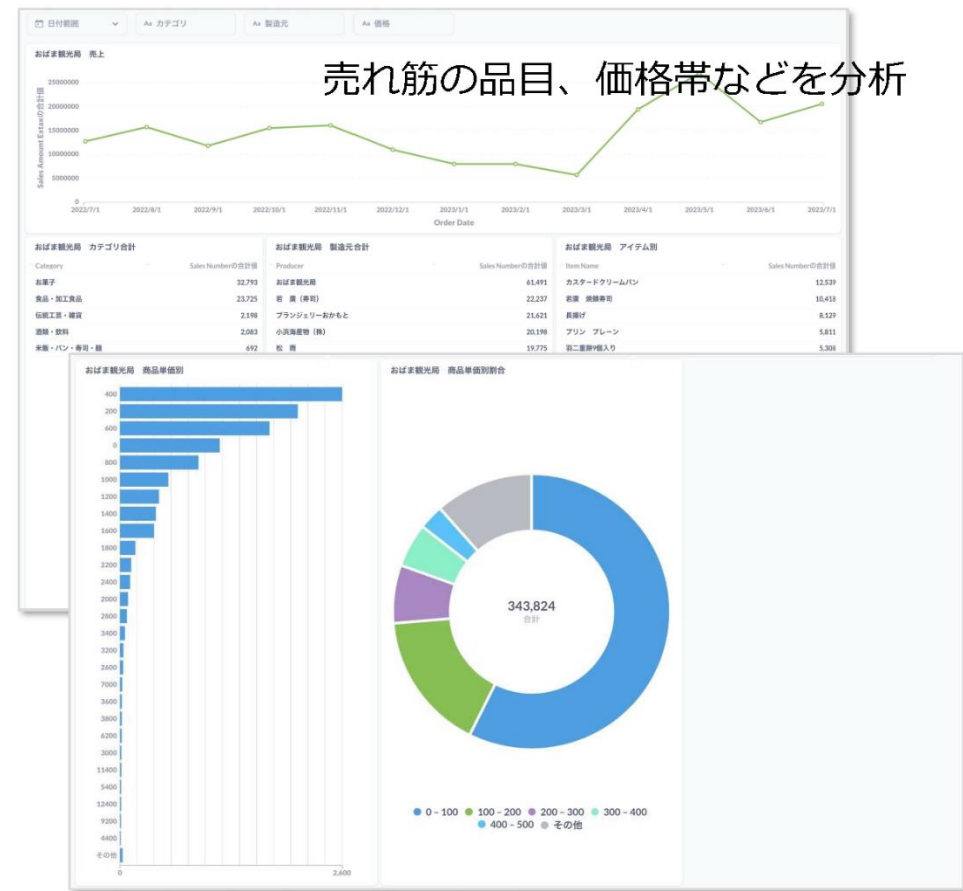
POSデータを活用し、観光客の消費傾向や売れ筋商品を把握します。

#### Googleビジネスプロフィール



人気や目的地としてのバロメーター、効果測定にも利用

#### POSデータ



商品開発や、棚割りや商品ラインナップの参考に

# 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

## 2-2 収集しているデータの種類と分析イメージ

### ⑥ Web閲覧データ

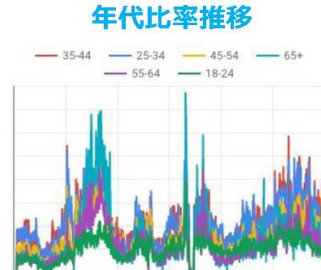
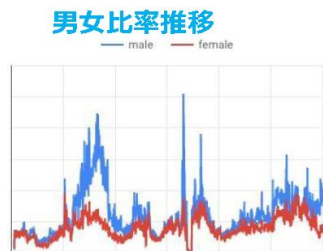
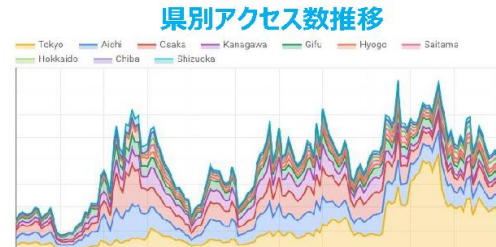
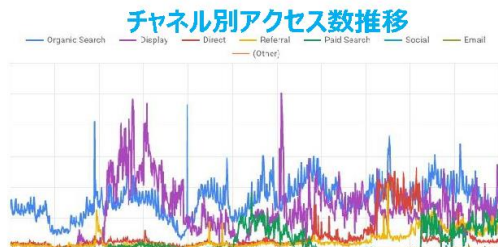
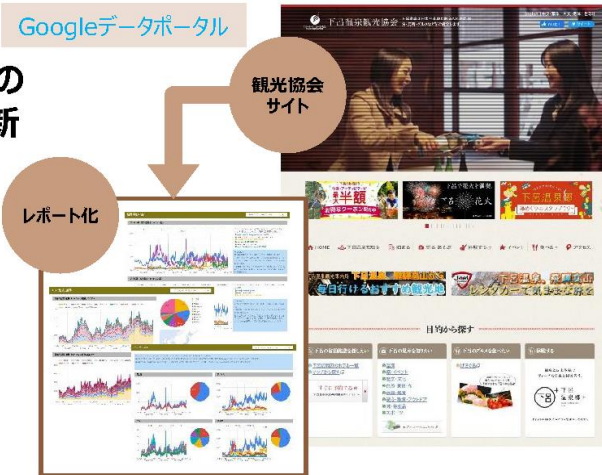
観光サイトの閲覧データなどを活用し、旅行意向を示す先行指標として分析します。

#### Webサイトアクセスデータ解析 Googleアナリティクス Googleデータポータル

観光協会サイトへアクセスしたユーザーの  
**閲覧データを解析、それを自動的に更新  
されるレポート化して常に定点観測。**

レポートでは、下記などの項目を常に観測。  
Web広告や、その他施策の効果検証を行う。

- ・アクセス数 (PV、セッション、ユーザー等)
- ・流入チャネル (検索、広告、SNS等)
- ・アクセス元エリア (県別)
- ・男女比、年代
- ・デバイス (スマホ、パソコン、OS)
- ・カテゴリ別アクセス数 (「観るあそぶ」「泊まる」等)
- ・ページ別アクセス数



### サイト内ユーザー行動解析

#### Microsoft Clarity

サイトに訪れたユーザーが「どこをクリックしているか」などサイト内の行動を収集。ユーザーニーズの調査などに有用なデータとなり、サイトの改善に役立ちます。



サイト改善

## 2-3データの収集方法

観光データの収集では、事業者の負担を軽減しながら継続的にデータを取得できる仕組みを構築することが重要です。

### 【主な収集方法】

#### ①柔軟な入力と事務局代行(京都市)

統計の精度を維持しながら、施設側のIT環境に合わせた柔軟な方法を採用しています。

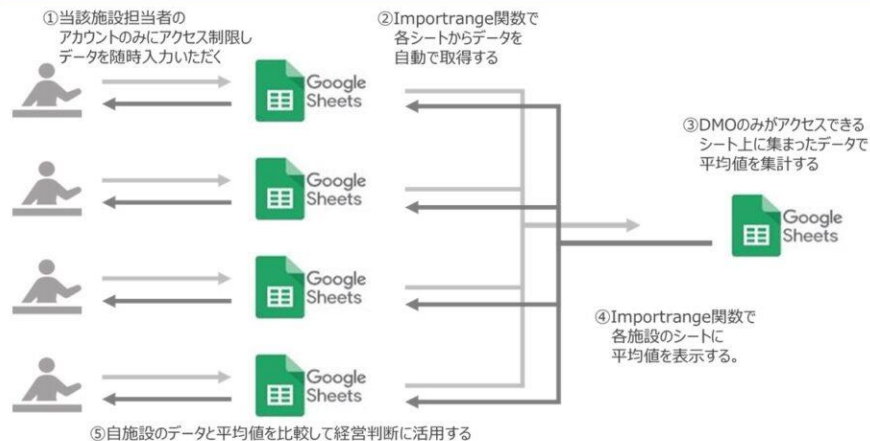
#### ○直接入力・Excelアップロード

オンラインのログインページから数値を直接入力するか、指定のExcelフォーマットをアップロードして収集します。

#### ○事務局による代行入力

セキュリティ設定（IP制限等）によりシステムにアクセスできない施設に対しては、メール等で受領したデータを事務局が代行入力することで欠測を防いでいます。

#### Googleスプレッドシートに日々の稼働率を入力するだけ



#### ○前年データとの同時収集（統計精度の確保）

統計の精度を維持するため、当年分と前年分のデータを同時に収集しています。これにより、参画施設の増減による統計のブレを防ぎ、**同一施設ベースでの前年比較**を可能とすることで、信頼性の高いデータとして政策立案や施策検討に活用しています。

## 2-3データの収集方法

### ② RPAによる「負担ゼロ」の徹底(福井県)

事業者は一切の手間をかけさせないことを大前提としています。

#### ○RPA (ロボティック・プロセス・オートメーション)

事業者のパソコンに自動作業ロボット (RPA) を導入し、今使っている予約管理システムから...データを自動で抜き出す仕組みを構築しています。これにより、事業者による手入力や報告作業を不要とし、負担のない形で継続的なデータ収集を実現しています。

#### ○多角的な自動収集

AIカメラ (5分に1回自動送信) や、県内約400か所に設置されたQRコードアンケートを活用してリアルタイムの実数を収集しています。

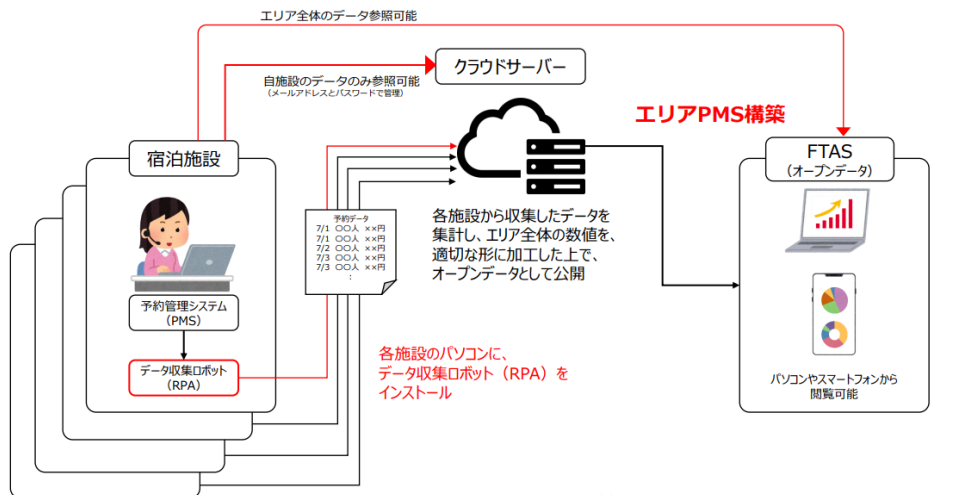


#### ○メディア連携による信頼の確保

観光・IT・金融・報道などの関係機関が連携するコンソーシアム体制を構築し、各主体が保有するデータや分析情報を共有することで観光関連データの収集を行っています。

#### ○事業者との信頼関係に基づくデータ提供

事業者との継続的な対話や交流を通じて信頼関係を構築し、宿泊データや外部サービスの分析情報などの提供を受けることでデータ収集を実現しています。



宿泊事業者の経営情報のため、何度も丁寧に説明会を実施

## 2-3データの収集方法

### ③PMSとAPI連携(城崎温泉(豊岡市))

「町全体を一軒の旅館」とするコンセプトのもと、データの標準化と自動化を推進しています。

#### ○API連携・RPA

旅館の予約管理システムから、システム同士を直接つなぐ仕組み（API）を使って、データを自動的に集めており、初期設定後は旅館側での手作業は一切発生しません。

#### ○共通PMSの導入

地域で共通のシステム（accommod改良版）を導入することで、異なるPMSによるデータ項目のバラつきを解消し、精度の高い統計（データメッシュ）を効率的に収集しています。



## 2-3データの収集方法

### ④自動連携と行政調査の補完(下呂温泉(下呂市))

下呂温泉では、最新のデジタル技術と長年の統計調査の仕組みを融合させています。

#### ○PMS自動連携

主要な宿泊施設（約20施設）については、PMSとシステムを直接連携させ、自動的にデータを提供・集約しています。

#### ○行政によるアナログ補完

システム未連携の施設（約25施設）については、市観光課が従来から実施している「宿泊調査」の紙などのデータを集め、Excelなどで扱いやすいデータ形式（CSV）に変換してシステムに取り込むことでエリアカバー率100%を実現しています。



## 2-3データの収集方法

### ⑤汎用クラウドツール(Google フォーム)の活用(金沢市)

専用ソフトの導入やExcelの送受信を不要とし、Google フォームを用いたデジタル入力を採用。スマートフォンやタブレットからも入力可能で、即時にデータが登録・集計されるため、情報の鮮度が極めて高い。

金沢観光データ分析システム  
Kanazawa Tourism data Analyzer

### 様専用

宿泊データ登録フォーム

保存が無効になっています

\* 必須の質問です

【登録種別】

登録するデータを選択してください\*

実績

見込

次へ

フォームをクリア

Google フォームでパスワードを送信しないでください。

このフォームは一般社団法人金沢市観光協会 内部で作成されました。不正行いの報告

Google フォーム

金沢観光データ分析システム  
Kanazawa Tourism data Analyzer

### 様専用

保存が無効になっています

\* 必須の質問です

【実績】

登録データの対象月\*

実績対象月を入力してください

選択

稼働率\*

パーセンテージの数値を、半角少数(2桁まで)で入力してください  
例: 0.12 / 3.45 / 67.8 / 0 / 100.00

回答を入力

ADR\*

半角数値で入力してください  
例: 12,345 / 6789 など

回答を入力

DOR\*

半角数値(少数2桁まで)で入力してください  
例: 0.12 / 3.4 / 5 など

回答を入力

所在地(国内)\*

- パーセンテージの数値を、半角少数(2桁まで)で入力してください  
例: 0.12 / 3.45 / 67.8 / 0 / 100.00
- 不明な場合は「0」と入力してください

回答を入力

所在地(アジア)\*

- パーセンテージの数値を、半角少数(2桁まで)で入力してください  
例: 0.12 / 3.45 / 67.8 / 0 / 100.00
- 不明な場合は「0」と入力してください

回答を入力

所在地(北米)\*

- パーセンテージの数値を、半角少数(2桁まで)で入力してください  
例: 0.12 / 3.45 / 67.8 / 0 / 100.00
- 不明な場合は「0」と入力してください

回答を入力

所在地(欧州)\*

- パーセンテージの数値を、半角少数(2桁まで)で入力してください  
例: 0.12 / 3.45 / 67.8 / 0 / 100.00
- 不明な場合は「0」と入力してください

回答を入力

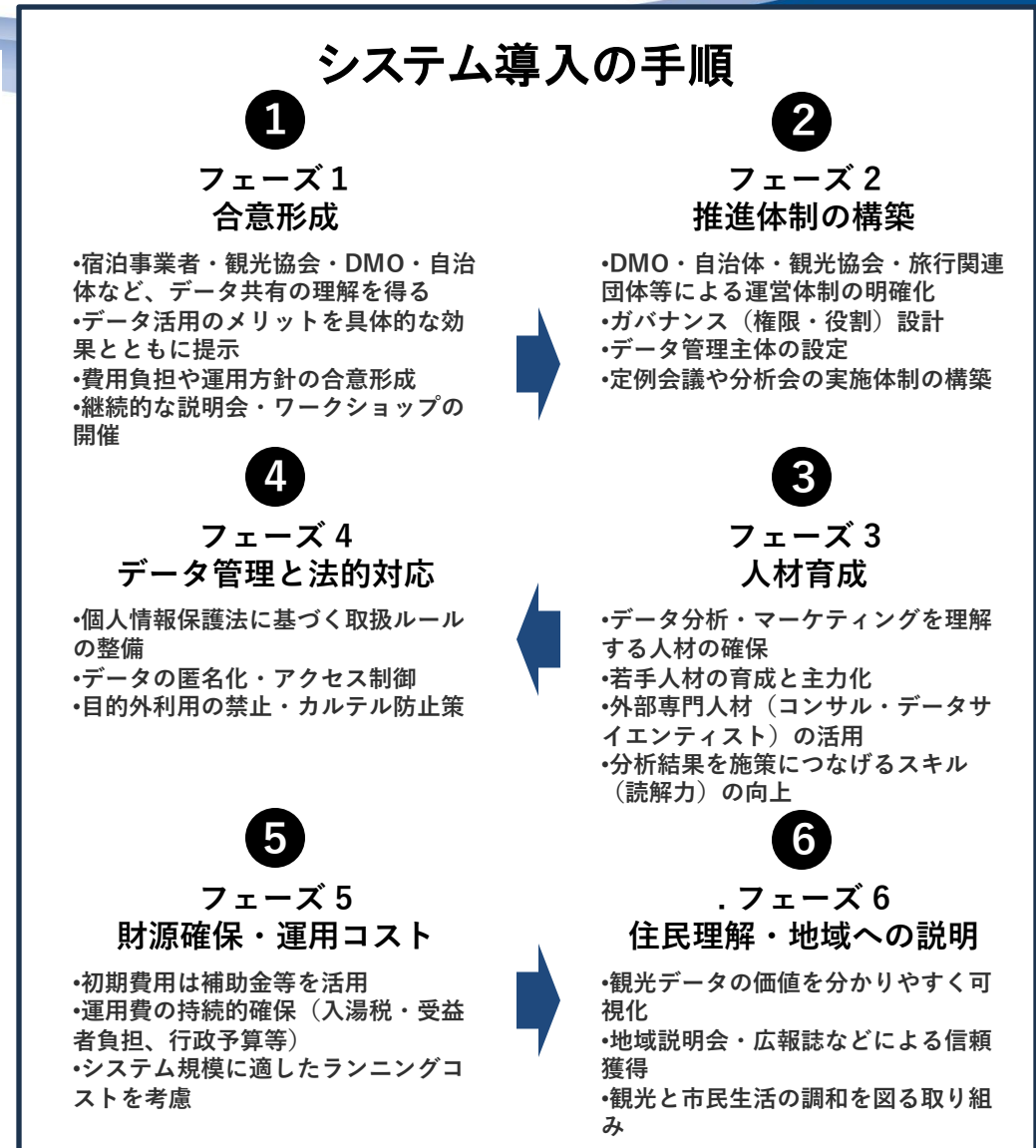
所在地(オセアニア)\*

- パーセンテージの数値を、半角少数(2桁まで)で入力してください

## 2-4 システム導入の手順

観光データ分析システムの導入・運用は、単にITツールという「箱」を整備するだけで実現するものではありません。データの提供者となる宿泊事業者等との合意形成や、地域全体で運用を支える推進体制の構築、分析を施策に繋げる人材の育成など、継続的にサイクルを回していくための「仕組みづくり」が不可欠です。

システムの導入検討から、安定的な運用、そして観光の価値を地域社会へ還元する段階に至るまでには、大きく分けて6つのフェーズがあります。自地域の取組状況に照らし合わせ、次に着手すべきステップや検討が必要な要素を整理するためのガイドラインとして活用してください。



## 2-4システム導入の手順

### (1) 合意形成- データ提供者と目的を共有し、理解・納得を得る

観光データの収集には、宿泊事業者・観光協会・DMO・自治体など多様な関係者の協力が不可欠である。そのため、導入前にデータ活用の目的、想定されるメリット、費用負担や公開範囲などを丁寧に説明し、理解と納得を形成する。

説明会・意見交換会・ワークショップを通じ、疑問点を解消しながら共通認識を整えることが重要となる。

### 【主な事例】

#### ①成功体験の共有と受益者負担による合意形成(城崎温泉(豊岡市))

合意形成にあたっては、データ活用による**具体的な経営改善効果の提示**を重視した。例えば、ある旅館がデータ分析に基づく販売価格の調整により、客単価(ADR)が前年比約30%向上した事例を共有し、データ活用が売上向上につながることを示した。

データシステムは**受益者負担方式**とし、旅館が月額1万円程度の会費を支払う仕組みを採用。これは、データ活用が経営改善に寄与することにより、事業者が自ら費用を負担して維持する仕組みである。

さらに、150回以上の会議や説明会を通じた継続的な対話や個別の関係構築を重ねるとともに、データは参加者のみに限定公開し、施設名を伏せた平均値で表示するなど、匿名性を確保することで事業者の信頼を確保している。



No.	項目	内容	「施設運営が1つの高度な層」の構築のために				進捗率	備考
			計画	実施	評価	改善		
1	協議会の設立	協議会の設立	○	○	○	○	2	2
2	協議会の目的・役割の共有	協議会の目的・役割の共有	○	○	○	○	3	3
3	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	3	3
4	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	1	1
5	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	3	3
6	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
7	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
8	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
9	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
10	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
11	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2.5	2.5
12	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
13	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
14	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
15	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
16	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
17	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
18	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
19	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2
20	協議会のメンバーの選定	協議会のメンバーの選定	○	○	○	○	2	2

## 2-4システム導入の手順

### (1) 合意形成- データ提供者と目的を共有し、理解・納得を得る

#### ②事業者負担の軽減と社会的認知による合意形成(福井県)

観光データの共有を進めるにあたり、事業者の負担を極力軽減することを重視した。

具体的には、RPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）を活用し、宿泊データを**自動収集する仕組み**を構築したことにより、事業者が手入力する作業を不要とし、データ提供に伴う負担を実質的にゼロにすることで参加を促した。

また、DMOのマネージャーやITエンジニアが事業者に対して直接説明を行い、データ活用の意義や具体的なメリットについて丁寧に説得を行った。

さらに、観光データプラットフォームの推進にあたっては、地元新聞社やテレビ局がコンソーシアムに参画しており、活動内容が頻繁に報道されることで地域内での認知度と信頼性が向上した。このような**社会的な認知の拡大**も、事業者の協力を得るうえで重要な要素となっている。

#### エリアPMS データ収集の合意形成と同意にむけて

##### 【あわら温泉】

芦原温泉旅館組合(マーケティング委員会)での説明会開催 合計 3回

➡ 15軒の加盟事業者中、10軒の事業者の同意

##### 【福井駅前エリア】

福井駅前エリアの宿泊事業、11軒個別訪問

➡ 5軒の事業者の同意

##### 【小浜エリア】

まちづくり小浜 おばま観光局(小浜DMO)の声かけによる説明会開催 合計 2回

➡ 13軒の事業者が説明会に参加、6軒の事業者の同意



### 2-4システム導入の手順

#### (1) 合意形成- データ提供者と目的を共有し、理解・納得を得る

##### ③危機感の共有と段階的参加による合意形成(下呂温泉(下呂市))

下呂温泉では、「地域一丸で観光の力を高めなければ生き残れない」という危機感を共有することを出発点として、観光データ活用に関する合意形成を進めた。

その際、観光協会会長が中心となり、旅館組合や観光事業者に対して直接働きかけを行い、取組の必要性を丁寧に説明するなど、**強いリーダーシップによる働きかけ**が理解促進の核となった。

また、事業者の参加ハードルを下げるため、**段階的な参加方式**を採用した。未参画施設にも地域全体の観光データを閲覧できるID・パスワードを付与し、データの有用性を体感してもらった上で、詳細データの提供へと参加を促した。

さらに、先予約データなどの将来予測情報を共有することで、事業者の先行きへの不安を軽減し、経営判断に役立つ情報であることを示した。

このように、**危機感の共有、リーダーシップによる働きかけ、段階的な参加促進**を組み合わせることで、観光データ共有に対する地域内の合意形成が進められた。

## 2-4システム導入の手順

### (2) 推進体制の構築- DMO・自治体・関係団体の役割を明確にし、連携して運用する体制を整える

観光データの活用は、一つの組織だけで完結するものではありません。

DMO、自治体、観光協会、旅館組合などの多様な関係者が連携し、誰がデータを管理し、誰が分析を主導するのかといった「ガバナンス（役割・権限）」を明確にすることが重要です。

定期的な分析会や会議を実施する体制を整えることで、地域一体となった運用が可能になります。

### 【主な事例】

#### ①福井県

観光・IT・金融・報道機関が連携するコンソーシアム体制を構築。



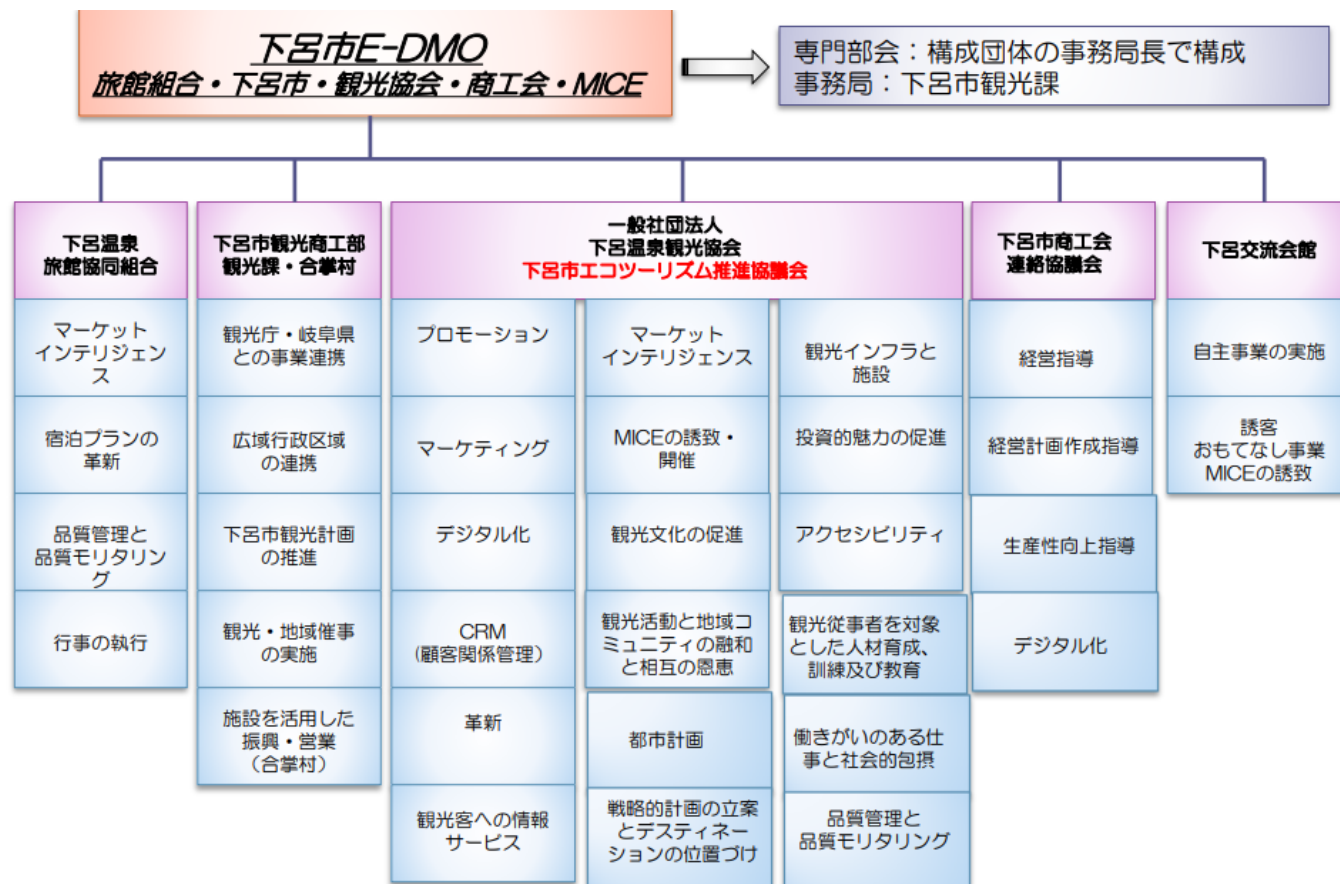
## 2-4システム導入の手順

### (2) 推進体制の構築- DMO・自治体・関係団体の役割を明確にし、連携して運用する体制を整える

#### ②下呂温泉(下呂市)

本スキームは、下呂市E-DMOを中心に、旅館組合、下呂市、観光協会、商工会、MICE関係団体などが連携し、観光振興を推進する体制を示したものである。事務局は下呂市観光課が担い、構成団体の事務局長による専門部会が運営を支える。

また、下呂温泉観光協会を中心に、プロモーションやマーケティング、デジタル化を推進するとともに、旅館組合、商工会、交流会館などがそれぞれの役割を担いながら観光地域づくりを進める仕組みとなっている。



## 2-4システム導入の手順

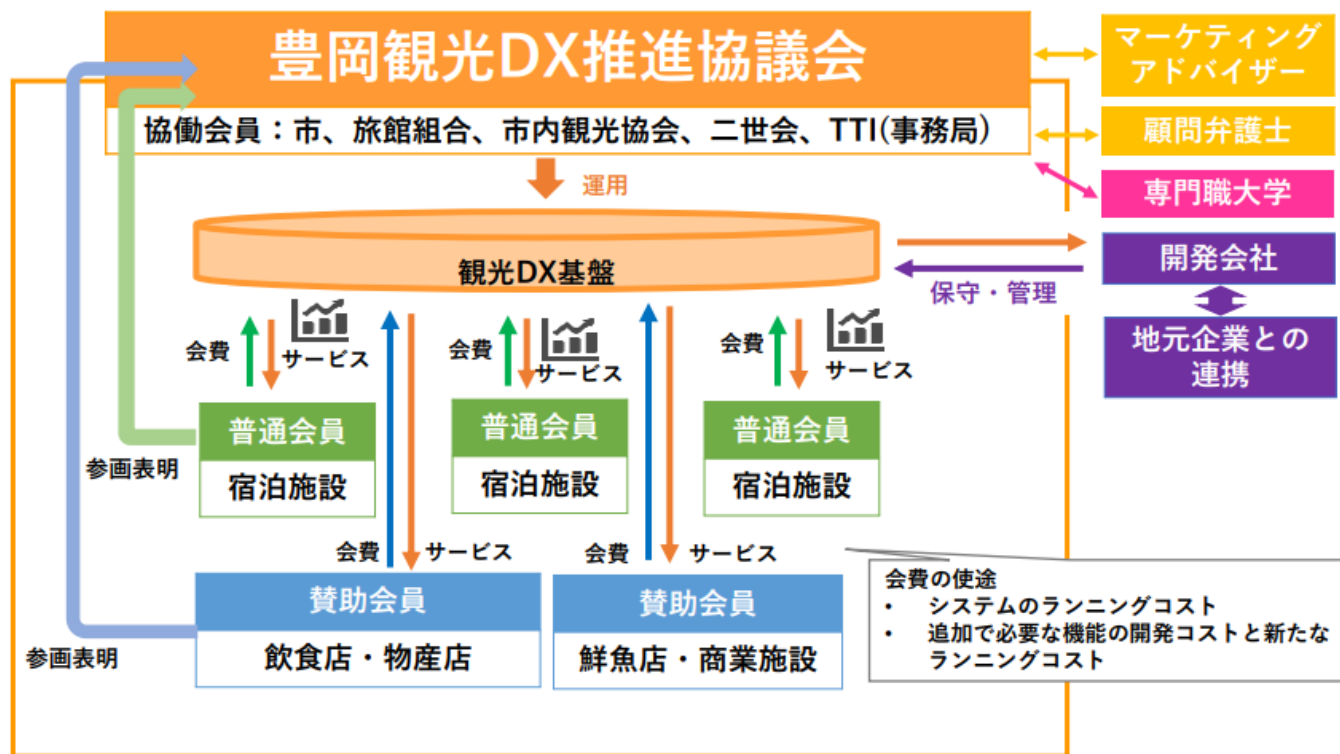
### (2) 推進体制の構築- DMO・自治体・関係団体の役割を明確にし、連携して運用する体制を整える

#### ③城崎温泉(豊岡市)

本スキームは、豊岡市における観光DXを推進するため、豊岡観光DX推進協議会を中心に官民連携で観光データ基盤を運用する体制を示したものである。

協議会は、豊岡市、旅館組合、市内観光協会、二世会、TTI（事務局）で構成され、基盤の方針決定と運営を担う。

観光DX基盤には、市内の宿泊施設（普通会员）が参画し、会費を負担することでデータ活用や各種デジタルサービスを利用する。また、飲食店・物産店、鮮魚店、商業施設などの地域事業者も賛助会員として参画し、同様にサービスを活用する仕組みとなっている。



## 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

### 2-4システム導入の手順

#### (3) 人材育成- データ分析やマーケティングを担う人材を確保し、組織の活用能力を高める

収集したデータを具体的な施策に結びつけるためには、数字を読み解く能力（リテラシー）を持った人材の確保や育成が不可欠です。

組織内の若手人材の育成だけでなく、必要に応じて外部の専門家（データサイエンティスト等）を柔軟に活用することも必要です。

分析結果を単なる数字で終わらせず、観光地の価値向上に繋げるための組織的なスキルアップを図ります。

#### 【主な事例】

##### ①若手経営者の主体化による人材育成（城崎温泉（豊岡市））

城崎温泉では、次世代の観光経営を担う若手経営者を中心に据えることで、データ活用を担う人材育成を進めている。若手経営者グループ「二世会」（概ね40歳まで）が中心となり、延べ150回以上の会議やワークショップを重ね、現場で活用したい機能（収益の管理や、お客さんとの関係を深めてリピーターを増やす仕組み〔CRM〕など）をまとめ、自らシステム要件を定義した。

また、「次は若手の時代」とする理事層（上の世代）の信頼のもと、若手が主体となって導入を進めたことで、データ活用が地域全体の「自分事」として定着した。さらに、外部のデータサイエンティストと週1回の定例会を実施し、DMOスタッフの分析能力向上にもつながっている。



### 2-4システム導入の手順

#### (3) 人材育成- データ分析やマーケティングを担う人材を確保し、組織の活用能力を高める

##### ②専門人材の活用と組織能力の向上(京都市)

京都市では、外部専門人材の活用と職員のスキル向上を組み合わせることで、観光データを活用できる組織体制の構築を進めている。

具体的には、外部からマーケティング専門官を招聘し、観光データの分析やメディアを通じた情報発信、事業者への知見還元を担う体制を整備した。

また、職員には分析技術だけでなく、データから得られた知見を事業者の経営改善につながる形で分かりやすく伝える「表現力」も求められている。

このような取組は、科学的な観光経営を推進する組織としてのブランド価値を高め、専門性の高い人材の確保にもつながっている。

##### ③実践的なデジタル人材育成(下呂温泉(下呂市))

下呂温泉では、観光DXを支える人材を育成するため、デジタル人材育成プログラム「RakuDemy」を実施している。

本プログラムでは、データの見方や分析手法だけでなく、分析結果を踏まえたペルソナ設定や施策立案までの一連のプロセスを体系的に学ぶことができる。

また、地域の将来を担う世代への教育にも取り組んでおり、「数字から見た下呂市のすごさ」と題した冊子を作成し、地元中学校などで配布している。

これにより、観光の経済効果を分かりやすく伝え、次世代の地域人材育成にもつなげている。

### 2-4 システム導入の手順

#### (4) データ管理と法的対応- 個人情報の保護や取り扱いルールを整備し、安全な管理体制を構築する

宿泊事業者等から提供されるデータには機密性の高い情報も含まれるため、安全に管理する仕組みが必要です。個人情報保護法に基づいた取り扱いルールの策定や、データの匿名化、アクセス権限の制御などを徹底し、関係者が安心してデータを共有できる環境を整えます。

また、価格カルテルなどの不正行為を防ぐための法的配慮も重要です。

#### 【主な事例】

##### ① 個人情報保護と同意取得の仕組み(城崎温泉(豊岡市))

城崎温泉では、共通PMSで観光データを収集するにあたり、個人情報保護法への対応と利用者の同意取得を重視している。顧問弁護士と連携してプライバシーポリシーを整備するとともに、宿泊者カード(宿帳)にデータ収集への同意を確認するチェックボックスを設置している。

また、収集したデータの管理においては、生データへのアクセスをDMOの正職員のみ限定し、事業者は自社以外の生データを閲覧できない仕組みとしている。さらに、データの公開は個別施設名を伏せた平均値で行い、価格カルテル等の不正行為につながらないように配慮している。

### 2-4システム導入の手順

#### (5) 財源確保・運用コスト- 初期費用やランニングコストを整理し、持続可能な財源モデルを検討する

システムの導入には初期費用だけでなく、サーバー代や保守費用などの継続的な運用コストが発生します。初期投資には補助金を活用しつつも、将来的には入湯税の活用や、受益者である事業者からの会費（受益者負担）など、自立して運営を続けるための財源モデルを早期に検討しておく必要があります。

#### 【主な事例】

##### ①京都市

独自開発と既存ツール（Googleスプレッドシート等）の活用により、運用コストを最小限に抑えています。

参画施設からの費用徴収は行わず（負担ゼロ）、参画のハードルを下げることで、継続的なデータ提供と統計の信頼性を確保しています。

項目	内容
初期費用	独自開発の「京都市観光動向分析システム」の初期開発費は、約100万～230万円と極めて低く抑えられています。
運用コスト	サーバー代や保守費用などの年間ランニング費用は、100万円未満です。
財源の工夫	主な財源は京都市からの安定的な補助金ですが、会員からの会費や、協会自らの収益事業（祭り、売店等）を組み合わせることで運営されています。

### 2-4システム導入の手順

#### (5) 財源確保・運用コスト- 初期費用やランニングコストを整理し、持続可能な財源モデルを検討する

##### ②福井県

新幹線延伸という好機を捉え、まずは公金によって大規模なインフラを構築した事例です。

事業者に「手入力の手間を一切かけさせない（自動収集）」ことを最優先し、そのためのRPA導入等のコストを公費で賄うことで、精緻な「実数」の網羅的な収集を実現しています。

項目	内容
初期費用	初年度は県予算1,000万円でスタートしましたが、その後は観光庁の補助金等を活用し、5年間の累計で1億円以上を投じています。
運用コスト	具体的な額は公表されていませんが、現状は100%公金（補助金）で運用されています。
財源の課題	現時点では事業者からの費用徴収は行っていませんが、補助金依存からの脱却と、自走に向けた収益化（ビジネスモデルの構築）が将来的な課題として認識されています。

### 2-4システム導入の手順

#### (5) 財源確保・運用コスト- 初期費用やランニングコストを整理し、持続可能な財源モデルを検討する

##### ③城崎温泉(豊岡市)

最も特徴的なのは、データが経営に資するという実利に基づき、民間事業者が費用を負担するモデルを確立している点です。

データ分析結果が宿泊事業者の経営改善に寄与することで、事業者が自ら会費を支払ってシステムを維持するという仕組みを成立させています。

項目	内容
初期費用	2021年度のシステム開発・導入に関連する費用として、豊岡市が当初予算に約3,400万円を計上しました。
運用コスト	当初は外部ベンダー利用で運用コストが高んでいましたが、コスト抑制のためSaaSベースの自前基盤へ移行を予定しており、約半分のコストでの運用を見込んでいます。
財源の工夫	「受益者負担モデル」を採用し、ランニングコストは会員の会費で賄っています。 旅館：月額 10,000円 飲食店・物産店等：月額 2,000円

## 第2章 観光データ活用への導入・運用事例

### 2-4 システム導入の手順

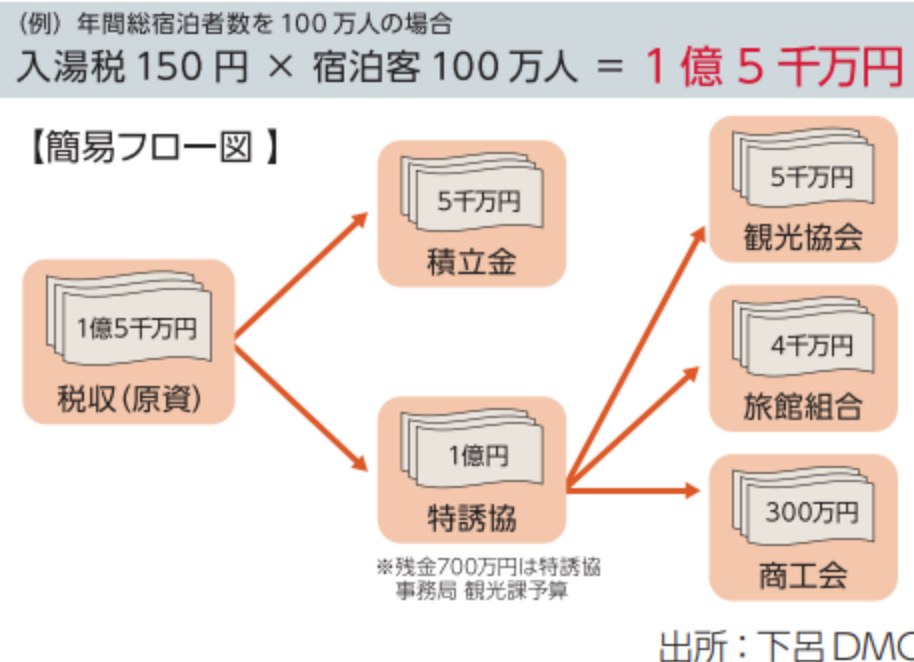
#### (5) 財源確保・運用コスト- 初期費用やランニングコストを整理し、持続可能な財源モデルを検討する

##### ④ 下呂温泉(下呂市)

行政とDMOの強固な合意に基づき、安定した税収を財源の柱に据えています。

2012年に「市が入湯税を全額観光予算に充てる代わりに、観光協会がPDCAを回し、厳格な事業評価を行う」という明確な役割分担が合意されており、これが安定運用の基盤となっています。

項目	内容
初期費用	2020年のシステムデジタル化や、その後の機能拡充などの実証事業には、主に観光庁の補助金を活用しました。
運用コスト	継続的なシステム運用費用は、下呂温泉観光協会（DMO）の自主財源によって継続されています。
財源の工夫	年間約1億5,000万円の「入湯税」を主要な財源として観光予算に充当しています。



## 第2章 観光データ活用の導入・運用事例

### 2-4システム導入の手順

#### (5) 財源確保・運用コスト- 初期費用やランニングコストを整理し、持続可能な財源モデルを検討する

観光データ分析システムの導入・運用には、初期構築費に加え、維持管理や機能拡充に係る継続的な費用が発生する。各地域では、目的や規模に応じて、公金や受益者負担等を組み合わせた多様な財源モデルが採用されている。

以下に主な事例を整理する。

項目	京都市	福井県	城崎温泉	下呂温泉	金沢市
主な財源	行政補助金 + 自主財源	行政補助金 (公金)	受益者負担 (会費制)	入湯税 (法定財源)	行政委託料
初期投資	約100万～ 230万円	累計1億円 以上	約3,400万円	観光庁 補助金	行政委託料、 観光庁補助金
年間運用費	100万円 未満	公金100%	500万円以下	DMO 自主財源	公金100%
事業者負担	なし	なし	あり (月1万円等)	なし	なし

## 2-4システム導入の手順

### (6) 住民理解・地域への説明- 観光の価値や成果を可視化して地域に共有し、住民の理解と信頼を得る

観光データ活用の最終的な目的は、地域社会の活性化や住民生活の向上です。データの分析結果から得られた観光の経済効果や、混雑緩和などの成果を分かりやすく可視化し、地域説明会や広報誌を通じて住民へ還元します。

地域全体で「観光の価値」を共有することで、観光振興に対する住民の理解と協力を広げていきます。

### 【主な事例】

#### ①メディア連携による地域への周知と信頼醸成(福井県)

福井県では、観光データの取組を地域社会へ広く周知するため、メディアとの連携を重視している。観光データプラットフォームの推進にあたっては、地元新聞社やテレビ局などがコンソーシアムに参画しており、活動内容が新聞記事やテレビ報道として発信されている。

これにより、住民や事業者が「新聞で紹介されている取組」として認識するようになり、地域内での認知度と信頼性が向上した。公的メディアを通じた情報発信は、地域社会の理解と信頼を高める重要な手段となっている。



### 2-4システム導入の手順

#### (6) 住民理解・地域への説明- 観光の価値や成果を可視化して地域に共有し、住民の理解と信頼を得る

##### ②観光の価値の可視化による住民理解の促進（下呂温泉（下呂市））

下呂温泉では、観光振興の目的を「地域住民の生活向上」と位置づけ、観光の経済効果をデータで示すことで住民理解を促している。具体的には、イベントによる経済波及効果や域内調達率などをまとめた「観光だより」を作成し、新聞折込として全戸配布している。

これにより、観光が地域経済にもたらす効果を数値で分かりやすく示すとともに、観光振興が地域全体の利益につながる取組であることを共有し、住民の理解と参画意識の醸成につなげている。

また、次世代への教育にも取り組んでおり、中学生向け冊子「数字から見た下呂市のすごさ」を作成し、学校教育の場で観光の経済効果を学ぶ教材として活用されている。さらに、地域住民も投稿・利用できる「スマートシティカレンダー（地域情報カレンダー）」を導入し、地域情報の共有やイベント発信への参加を促すなど、住民が主体的に関わる仕組みづくりも進めている。

## 2-4システム導入の手順

### (6) 住民理解・地域への説明- 観光の価値や成果を可視化して地域に共有し、住民の理解と信頼を得る

#### ③観光と市民生活の調和による理解醸成（京都市）

観光と市民生活の調和を図ることを重視し、データを活用した情報発信により住民理解を進めている。具体的には、「観光白書」や「データ月報」を通じて宿泊客数や消費額などの観光統計を公開し、観光の実態を広く社会に共有している。

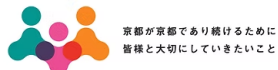
また、「京都観光モラル」を策定し、観光客・事業者・市民が守るべき行動指針を示すとともに、ビッグデータを活用した混雑予報を発信することで観光客の分散化を促している。

こうした取組により、観光による影響を抑えながら市民生活との調和を図り、地域社会の理解を深めている。

#### 京都観光行動基準（京都観光モラル）とは

京都市及び公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）は、京都の観光に関わる全ての人たちがお互いを尊重しながら、持続可能な京都観光を、一緒に創りあげていくことを目指し、本行動基準をまとめました。京都が京都であり続けるために、観光事業者やその従事者の方々、観光客の皆さん、そして京都に住む市民のみなさんと一緒に大切にしてください。この行動基準に沿ってそれぞれの立場で行動することが、京都を未来へ引き継ぐことに繋がっていきはらずです。

#### ロゴマークについて



京都観光モラル

京都観光モラルを象徴するロゴマークは、観光客・事業者・市民の3者を人型のモチーフで表現し、みんなで京都観光モラルを作り上げていくことを表現しています。角のない丸みを帯びた形状は、優しさや思いやりを、鮮やかな配色は、その中にある希望や明るさを表しています。

外国人観光客の方にも理解していただけるよう、英語版のロゴも作成しておりますので、ご活用ください。



Kyoto Guidelines  
for sustainable tourism

#### 京都市観光協会データ月報（2026年1月）

#データ月報 | 最終更新日：2026.02.27

Share

このたび、京都市観光協会データ月報（2026年1月）をとりまとめましたのでお知らせします。  
今回のホテル統計の対象施設数は114軒、旅館統計の対象施設数は22軒です。

#### 調査結果のポイント

客室稼働率 京都市内主要ホテル114施設の2026年1月の客室稼働率は65.7%となり、前年同月の68.1%を2.4ポイント下回った

65.7%

↓ 2.4pts (前年同月差)

平均客室単価 平均客室単価※は17,645円となり、前年同月の17,965円からは1.8%減となった

17,645円

↓ 1.8% (前年同月比)

※平均客室単価は、ベッド数などの客室タイプや利用人数に関わらず算出される、1室あたりの売上額の平均値。宿泊予約サイトに表示される価格は、未購入の客室の1人あたりの金額であるため、平均客室単価とは異なる。

客室収益指数 客室収益指数※は11,593円となり、前年同月の12,234円から5.2%減となった

11,593円

↓ 5.2% (前年同月比)

※客室収益指数は、平均客室単価に客室稼働率を乗じた指標で、利用がなかった部屋も含めた1室あたりの収益高に相当する。

### 2-5おわりに

観光データ分析システムは、地域の観光動向を客観的に把握し、観光施策の立案や効果検証を行うための重要な基盤となるものである。

本手引書で紹介した先進地域の取組では、データの収集や分析だけでなく、宿泊事業者等との合意形成、推進体制の構築、人材育成、財源確保など、さまざまな取組を通じて持続的な運用体制が構築されている。観光データの活用は、単にシステムを導入するだけで実現するものではなく、地域の関係者が目的や意義を共有し、継続的に取り組むことが重要である。

今後、観光を取り巻く環境が変化する中で、データに基づく観光マネジメントの重要性はますます高まると考えられる。各地域において、本手引書で示した考え方や取組事例を参考に、地域の実情に応じた観光データ活用の取組が進むことを期待する。

# 巻末 用語集

## 1. システム・IT関連の基本用語

用語	正式名称	概要	観光・データ活用での意味
POSデータ	Point of Sale	販売時点管理データ。レジで商品が売れた時点で記録されるデータ。	観光客が「いつ・どこで・何を・いくらで買ったか」という消費傾向の分析に活用される。
CSV	Comma Separated Values	データをカンマ (,) で区切って並べたファイル形式。	異なるシステム間でデータを受け渡す際の標準的な形式として広く利用される。
API	Application Programming Interface	ソフトウェア同士を連携させるための接続ルール。	システム同士を直接接続し、データを自動で取得・共有する仕組みとして利用される。
RPA	Robotic Process Automation	パソコン上の定型作業を自動化するソフトウェアロボット。	データ入力や転記などの事務作業を自動化し、事業者の作業負担を削減するために活用される。
PMS	Property Management System	宿泊施設の予約・客室・会計などを管理する基幹システム。	宿泊者数や宿泊属性など、観光データ収集の主要なデータ源となる。
AWS	Amazon Web Services	アマゾンが提供するクラウドコンピューティングサービス。	観光データの保存・集約・分析を行うクラウド基盤として利用される。
CRM	Customer Relationship Management	顧客情報を管理し、関係性を強化するための管理手法・システム。	メール配信やキャンペーンなどを通じてリピーター獲得のマーケティングに活用される。

## 2. 観光データ分析に関する用語

用語	概要	観光データ分析での意味
宿泊データ	宿泊施設に関する利用状況データ。宿泊者数、客室稼働率、客単価、予約経路、先予約などの情報を含む。	観光客の動向や需要を把握するための最も基礎となるデータ。
客室稼働率	提供可能な客室数のうち、実際に利用された客室の割合。	宿泊施設の利用状況や観光需要の強さを把握する指標。
客単価 (ADR)	Average Daily Rate。販売された客室1室あたりの平均単価。	観光消費の水準や宿泊施設の収益力を示す指標。
人流データ	人の移動や滞在状況を把握するデータ。	観光地への入込客数、滞在時間、周遊行動などを分析するために活用され、センサーやGPSデータなどが用いられる。
属性データ	個人の基本的な特徴を示す情報。	観光客の年代、性別、居住地、国籍などを把握し、ターゲット分析やマーケティングに活用する。
需要予測	過去データや外部データを用いて将来の需要を推定すること。	Web閲覧データや先予約データなどを活用し、来訪者数や宿泊需要の将来動向を予測する。
ダッシュボード	データをグラフや図で可視化して表示する管理画面。	収集・分析した観光データを関係者が分かりやすく把握するために利用される。