

スマートIoT推進フォーラム第10回総会  
& 最新動向セミナー

# 研究成果の社会実装と データビジネスの展開

－ 事例に学ぶ実践的アプローチ

2025年3月26日

酒井 幸輝

LocationMind株式会社

Head of Market Development



LocationMind

We Help Your When, Where And Why

# LocationMind会社紹介



## Company Profile

会社名	LocationMind株式会社
設立	2019年2月
従業員	70名 修士・博士インターン30名
取引銀行	三井住友銀行、みずほ銀行
監査法人	E&Y新日本
法律事務所	西村あさひ法律事務所



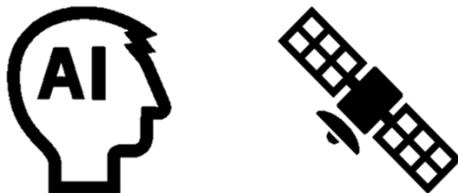
東京大学  
最大規模の研究室が  
丸ごとベンチャーに  
(柴崎亮介研究室)



創業5年  
累積調達額49.1億円



位置情報AI／衛星  
セキュリティ事業を展開



空間情報科学領域の  
トップランナー集団



主要顧客



# 酒井 幸輝

## LocationMind株式会社 Head of Market Development

2011年3月に人流分析シンクタンク「おでかけ研究所」を設立し、その後、リクルートグループのブログウォッチャー社で、デジタル観光統計やおでかけウォッチャーを開発

2024年10月よりLocationMind株式会社に参画。

早稲田大学ビジネススクール修了  
(経営管理修士・MBA、根来龍之研究室)



### ● NICT高度通信・放送研究開発委託研究 関与実績

- |                                 |                         |
|---------------------------------|-------------------------|
| 課題214 (2019年度～2020年度) 採択番号21410 | 研究分担者・実施責任者、ビジネスプロデューサー |
| 課題220 (2020年度～2022年度) 採択番号22005 | 研究分担者・実施責任者、ビジネスプロデューサー |
| 課題236 (2025年度～2026年度) 採択番号23606 | ビジネスプロデューサー             |

# 講師略歴

複数のベンチャー企業で多様なデータ知見と組織役割を学び、  
大学等研究機関と連携して、人流ビッグデータの社会実装に取り組んでいます

2024年10月～  
LocationMind参画

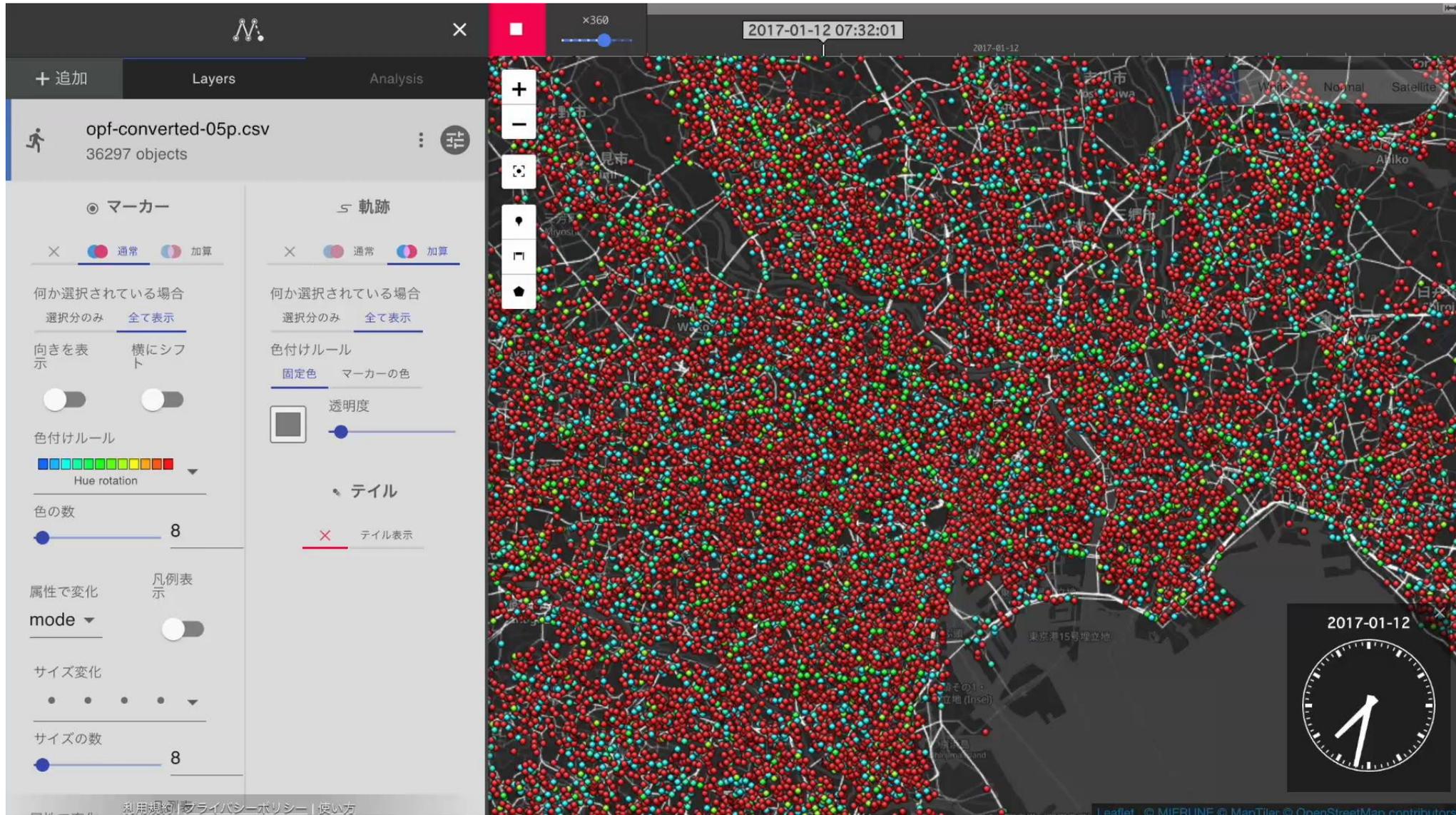
<企業種別> (n社目)	<u>広告システム会社</u> (1社目)	<u>旅行サイト会社</u> (2社目)	<u>スマホゲーム会社</u> (3社目)	<u>位置情報会社</u> (4社目)	<u>位置情報分析会社</u> (5社目)
<取扱データ>	✓ 広告データ	✓ サイト閲覧データ ✓ クチコミデータ	✓ ゲームログデータ ✓ 位置情報データ	✓ 位置情報データ	✓ 位置情報データ
<組織役割>					

■ 経営部門  
■ 管理部門  
■ 事業部門

本日メインでお話する事例

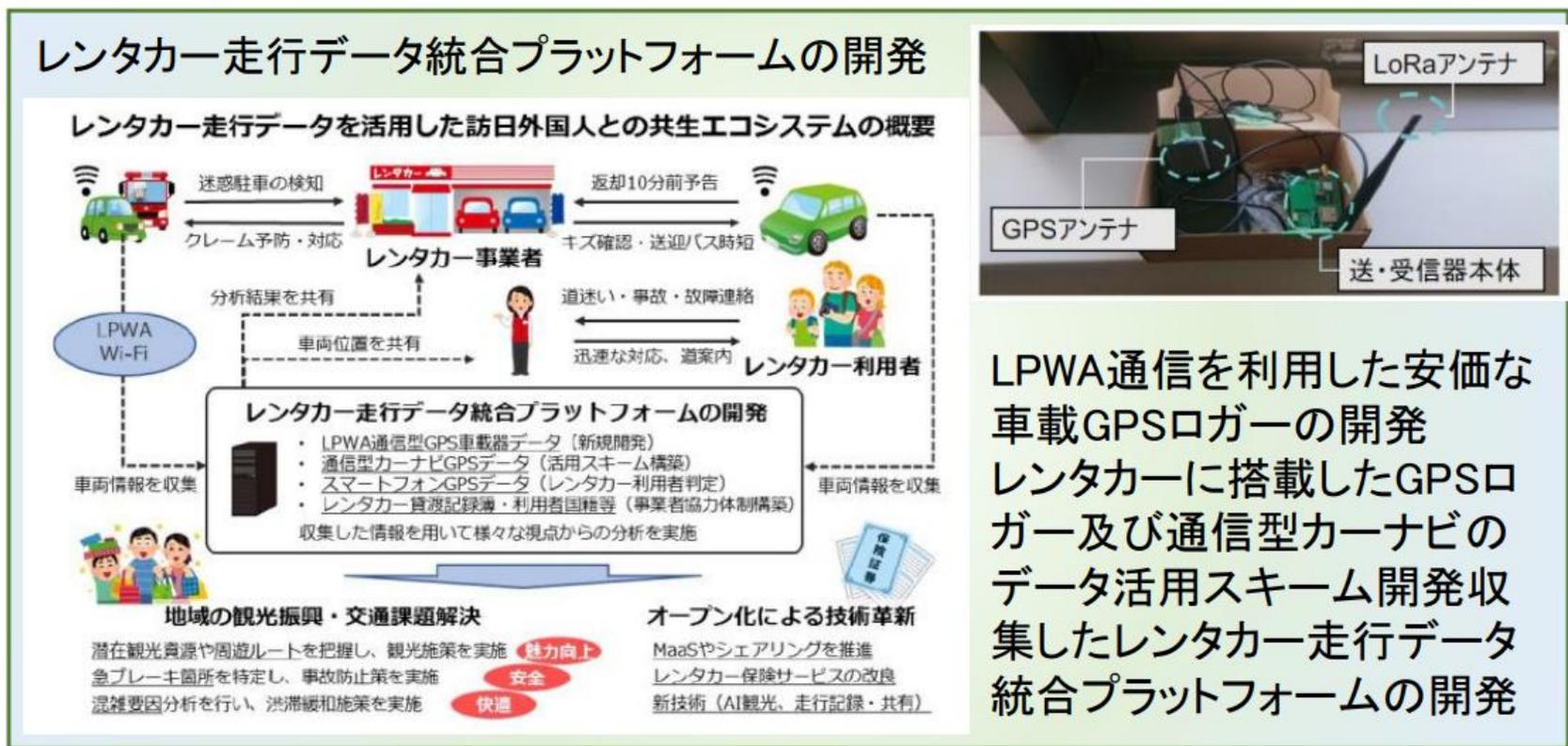
本日の講演にあたり、前職の(株)ブログウォッチャーより事例紹介の許諾を頂きました  
ご協力に感謝いたします！

# 位置情報データとは？（人々の動きの可視化例）



出所：政府統計（東京都市圏パーソントリップ調査）をもとにLocationMindがシミュレーション・可視化

- 課題: レンタカー走行データを活用した訪日外国人との共生エコシステムの研究開発(課題214)
- 実施機関: 九州工業大学、コロプラ
- 研究開発期間: 2019年度～2020年度 (実証地域: 福岡県)



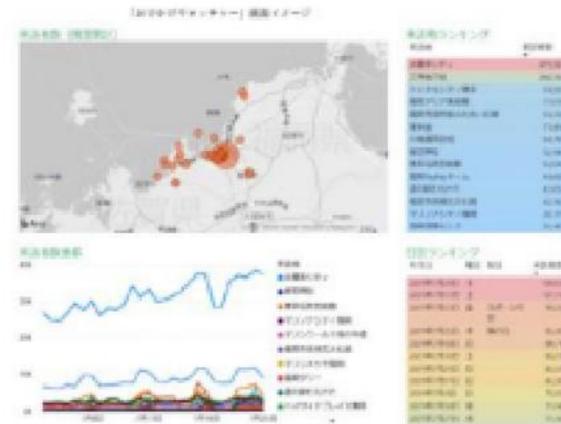
出所: NICT講演資料「ICT研究開発支援セミナーin九州」(令4年2月4日)  
<https://www.kiai.gr.jp/jigyoyu/R3/PDF/0204p4-5.pdf>

## ○大規模位置データ連携による観光施策立案評価

## ○システムの研究開発(実証地域 福岡市)

(実施機関:九州大学、(株)プログウォッチャー、九州工業大学)

- ・観光施策立案評価に資する大規模位置データ処理基盤・データ可視化システムの開発
- ・過去データに基づくイベント・観光人流分析
- ・自治体に利用されるシステムと収益両立に向けた課題の定義



⇒ 様々な解析データを表示するダッシュボードにより自治体職員が簡易に使えるシステムを構築。

これらの成果を活用した商用サービスについて、令和3年10月からテスト版を公開、令和4年1月より正式サービス開始となり、成果の社会実装が進んだ。

# 国土交通省「人流データ活用普及イベント」(2/26開催)

国土交通省 政策統括官付 地理空間情報課 主催  
「人流データ活用普及イベント」 別紙

登壇自治体・発表事例テーマのご紹介

- ◆山梨県 「富士山の登山規制に関する登山者動向調査分析」  
今年度初めて実施した富士山の登山規制(人数規制・時間規制)が、登山道における登山者の動向にどのような影響を与えたか、人流データの分析によって明らかに、効果検証と今後の施策検討に活用
- ◆射水市 「人流分析サービスを活用した地域課題解決～全庁活用に向けた人材育成の取組～」  
地域課題の解決に向けて、より効果的な施策・事業を実施するため、スマートフォンから得られる人流データを基に、民間事業者と協働で分析を行うサービスを全庁的に展開
- ◆東広島市 「モバイルGPSデータによる推定交通量と推定迂回路を利用した橋梁維持管理方針の検討」  
東広島市が維持管理している1,419の橋梁について、維持管理コスト削減を目的として、モバイルGPSデータや橋梁台帳データ等を用い、集約・撤去を含めた橋梁の維持管理方針を検討する

人流データ活用普及イベントに参加すると・・・

- 人流データって何？本当に有効なの？という素朴な疑問に対し、実際の活用事例を知ることで、**人流データをもっと身近なものに感じることが出来るようになります。**
- すでに人流データを活用する自治体が、どのようにデータ活用し、地域課題を解決していったのか、**利活用のヒントを得ることが出来ます。**
- どのように予算を得たの？導入のきっかけは？など、実際の現場で起こり得る状況から、**解決の糸口を見つけることが出来ます。**

自治体職員の参加を歓迎！

有識者のご紹介

◆荒川 豊<あらかわ ゆたか>  
九州大学 大学院  
システム情報科学研究 教授  
2006年慶應義塾大学、後期博士課程を修了。博士(工学)。慶應義塾大学および九州大学で助教、奈良先端科学技術大学院大学で准教授を務め、2019年九州大学大学院システム情報科学研究院教授。センサとAIを用いた人間行動認識に関する研究に従事。

ファシリテーター

◆酒井 幸輝<さかい こうき>  
Head of Market Development (People Flow Div.), LocationMind Inc.  
2011年3月に人流分析シンクタンク「おでかけ研究所」を設立し、デジタル観光統計やおでかけウォッチャーを開発。2024年10月よりLocationMind株式会社に参加。早稲田大学ビジネススクール修了(経営管理修士MBA)

当日のプログラム

- ①九州大学 荒川豊教授による基調講演「人の動きを読み解く：人流データの可能性と挑戦～選定から実装、そして社会への影響まで～」
- ②人流データ活用に関するアンケート調査結果報告
- ③自治体による人流データ活用事例紹介
- ④人流データ関連事業者によるプレゼンテーション
  - 一般社団法人 LBMA Japan
  - 株式会社 コロラ
  - ニューラルグループ 株式会社

日時 2月26日(水) 14:00 ~ 17:00

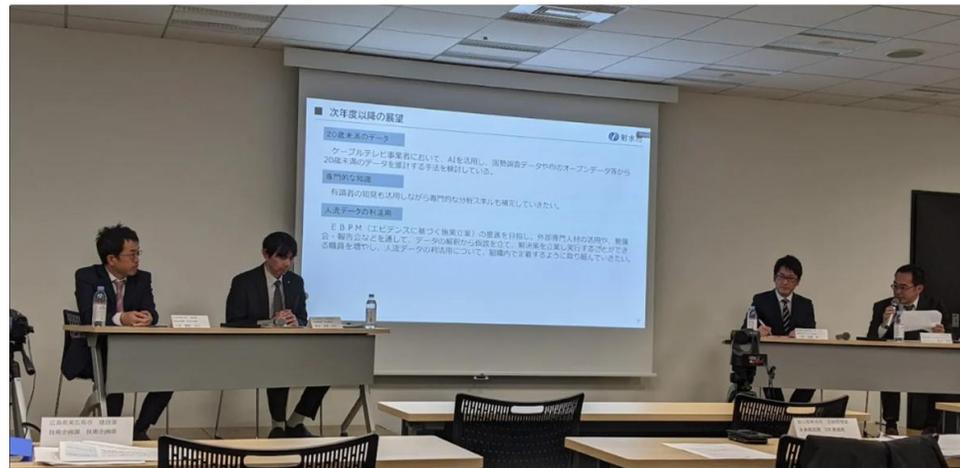
参加費 無料(事前申込制)

開催形態 現地 70人まで(先着) / オンライン(Zoomウェビナー)

現地会場 AP虎ノ門  
東京都港区西新橋1-6-15  
日本道徳虎ノ門ビル (NS虎ノ門ビル) 11F

事前申込 下記リンク・QRコードより申込下さい  
<https://pupuru.com/pflowdata/event/>

お問い合わせ 事務局(株式会社JTB霞が関事業部 営業1課) : [pflowdata@jtb.com](mailto:pflowdata@jtb.com)  
国土交通省政策統括官付地理空間情報課 調訪、岡村  
電話:(代表) 03-5253-8111(内線29-822、29-843) / (直通) 03-5253-8353



より広域な人流を把握したい場合

## 人流分析サービスの例・分類例

サービス名称	ブログウォッチャー「ポイントデータ」	KDDI「KDDI Location Analyzer」	LocationMind
サービス分類	分析データ販売	分析ツール提供	分析サービス提供
利用方法	調達データを発注者又は委託先が分析	ツールを発注者又は委託先が操作して分析	課題を伝えて、データ調達と分析を委託
匿名化主体	発注者又は委託先が実施	加工済データを活用	LocationMindが実施
専門知識の必要性	必要(ビッグデータ処理や分析スキルが必要)	やや必要(ツールの操作が必要)	不要(レポートやダッシュボードとして納品)
活用GPSデータ(月間サンプル数、取得間隔)	ブログウォッチャー(数千万人、15-30分おき)	KDDI(数百万人、5分おき)	docomo(数百万人、5分おき)、unerry(数千万人)など
データ特徴	規模が大きいが粗いデータ、分析スキルにより結果にバラツキが出る	規模が小さいが比較的細かいデータ、メッシュ単位で統計化されており、詳細調査には不向き	顧客課題にあわせて様々なデータを使い分け可能
主な用途	詳細調査	簡易調査、定点観測	詳細調査、定点観測
類似する他社サービス	Agoop「ポイント型トリップデータ」	九州経済調査協会「おでかけウォッチャー」、LINEヤフー「DS INSIGHT」	パシフィックコンサルタンツ

国土交通省ホームページにて、後日アーカイブ配信予定



13

より広域な人流を把握したい場合

## 人流分析サービスの例・分類例

サービス名称	ブログウォッチャー 「ポイントデータ」	KDDI「KDDI Location Analyzer」	LocationMind
サービス分類	分析データ販売	分析ツール提供	分析サービス提供
利用方法	調達データを発注者又は委託先が分析	ツールを発注者又は委託先が操作して分析	課題を伝えて、データ調達と分析を委託
匿名化主体	発注者又は委託先が実施	加工済データを活用	LocationMindが実施※
専門知識の必要性	必要（ビッグデータ処理や分析スキルが必要）	やや必要（ツールの操作が必要）	不要（レポートやダッシュボードとして納品）
活用GPSデータ （月間サンプル数、取得間隔）	ブログウォッチャー（数千万人、15-30分おき）	KDDI（数百万人、5分おき）	docomo（数百万人、5分おき）、unerry（数千万人）など
データ特徴	規模が大きいが粗いデータ、分析スキルにより結果にバラツキが出る	規模が小さいが比較的細かいデータ、メッシュ単位で統計化されており、詳細調査には不向き	顧客課題にあわせて様々なデータを使い分け可能
主な用途	詳細調査	簡易調査、定点観測	詳細調査、定点観測
類似する他社サービス	Agoop「ポイント型トリップデータ」	九州経済調査協会「おでかけウォッチャー」、LINEヤフー「DS INSIGHT」	パシフィックコンサルタンツ

## 本日の講演概要

タイトル	研究成果の社会実装とデータビジネスの展開—事例に学ぶ実践的アプローチ
内容	位置情報ビッグデータに関する長年の経験と、NICT委託研究事業でのビジネスプロデューサーとしての活動を通じて得た知見をもとに、データビジネスの展開について講演します。顧客ニーズの捉え方やビジネスへの転換方法、現場で直面した課題の克服、社会的インパクトの創出について、具体的な事例を交えながら紹介します。

# 技術的に優れた製品を作ったとしても 必ずしも売れるとは限らない

社会実装を実現するには

- ✓ 真の課題（ジョブ）の発見と解決
- ✓ 持続可能な価値創出の仕組み

を意識して、研究開発を進めなければならない

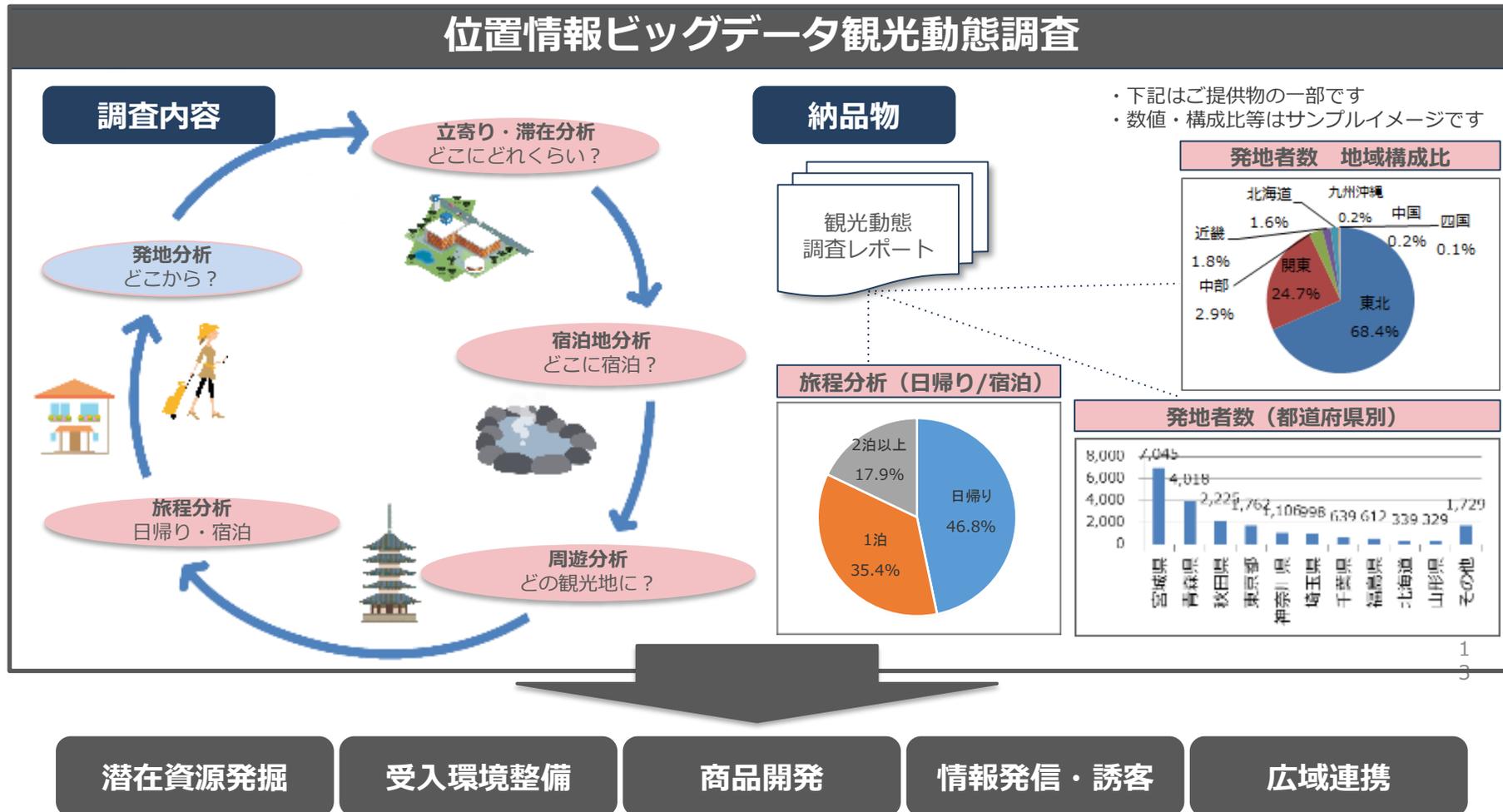
# 真の課題（ジョブ）の発見



# 当初アプローチの振り返り（2011年～2020年）

## 位置情報を利用して「観光客」の動きを把握する調査・分析レポート

多角的かつきめ細かな分析が可能で、現状把握やターゲットを絞った誘客施策や周遊促進をサポート



# 当初アプローチの振り返り（2011年～2020年）

## 調査項目

## 分析内容

①発地分析

✓ 居住地域別・都道府県別・市区町村別に来訪者数を算出し、どこからどれくらい来訪したかを分析

②性年代分析

✓ 性年代別構成比を算出し、どんな人がどのくらい来訪したかを分析

③旅程分析

✓ 来訪旅程と旅程内の域内/域外泊率を算出し、どのような旅程で来訪したかを分析

④宿泊地分析

✓ 市区町村ごとの宿泊人泊数を算出し、どこに宿泊したかを分析

⑤時間帯別流入出分析

✓ 来訪者の時間帯別流入出者数を算出して、いつどのくらいの人が滞在したかを分析

⑥滞在時間分析

✓ 来訪者の平均滞在時間/総滞在時間を算出し、どれくらい長く滞在したかを分析

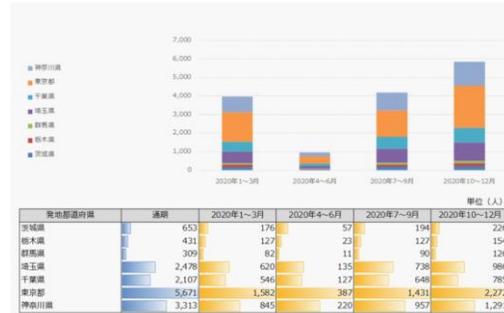
⑦立寄り分析

✓ 市区町村ごとの立寄り者数を算出し、来訪者がどこに経由・滞在したかを分析

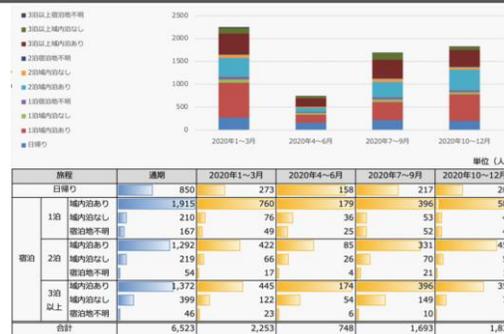
⑧周遊分析

✓ 人気周遊ルートランキングを算出し、どのように観光エリア間を周遊したかを分析

発地都道府県別来訪者数



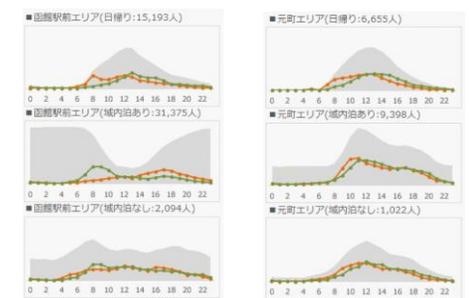
旅程分析



宿泊地分析

順位	都道府県	市町村	2020年1～3月		2020年4～6月		2020年7～9月		2020年10～12月	
			宿泊人数	順位	宿泊人数	順位	宿泊人数	順位	宿泊人数	順位
1	北海道	帯広市	20,571	1	5,283	1	2,401	1	5,304	1
2	北海道	札幌市中央区	2,287	2	623	2	98	2	830	2
3	北海道	北見市	670	4	179	3	61	5	209	4
4	北海道	七飯町	605	3	230	5	33	6	192	7
5	青森県	青森市	575	6	128	4	58	4	233	6
6	北海道	札幌市北区	498	5	137	6	24	3	235	5
7	北海道	釧路市	459	8	71	21	8	9	147	3
8	北海道	小樽市	381	13	41	7	24	8	168	8
9	北海道	阿帯郡阿帯町	363	19	27	41	4	11	114	5
10	北海道	旭川市	348	11	55	8	19	7	187	11
11	北海道	網走市	192	16	29	11	15	10	115	22
12	東京都	大田区	179	21	25	26	6	21	41	10
13	北海道	千歳市	178	17	28	13	14	12	81	15
14	北海道	八雲町	168	10	60	10	15	39	52	19
15	宮城県	仙台市青葉区	162	12	44	19	9	15	67	17
16	北海道	旭川市	162	15	31	9	13	9	75	20
17	北海道	釧路市	154	7	80	15	11	22	43	22
18	北海道	札幌市南区	149	9	64	16	4	25	39	18
19	北海道	盛岡市	140	26	21	24	7	18	53	14
20	北海道	帯広市	133	30	19	14	13	14	74	28
合計			4,837		1,097		365		1,922	
			53,215		6,272		2,207		10,494	

時間帯別流入出分析



周遊分析

〈平均周遊箇所数〉



〈周遊サマリ〉

都道府県	周遊箇所数	周遊率							
北海道	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
東京都	0.9	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
千葉県	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
埼玉県	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
東京都	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
千葉県	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
東京都	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
千葉県	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
東京都	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
千葉県	1.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1

ヒートマップ



**10年で300以上の自治体調査事業を実施  
しかし、定期的に調査してPDCAが回せた  
事例がほとんどない**



真の課題（ジョブ）解決に繋がっているだろうか？

### PDCAサイクルを阻害する要因

- ✓ 時間がかかる（調査期間） 単年度事業・都度入札、通常業務で手一杯
- ✓ 人手がかかる（業務負荷） 多様な地域課題に応じた個別設計、分析が必要
- ✓ お金がかかる（予算調達） 自治体予算の中で調査に充てられる予算は小さい

**「人」も「時間」も「お金」もない**

誰でも安く簡単に、位置情報調査が実施できるようになれば広がるのか？  
出来ない理由に対して、処方してもできるようにはならない

先進地域が掲げた観光戦略の実現に、位置情報データ活用のヒントを発見

## 「1万人が熱狂する」×100か所

100万人集まる  
プロダクト  
×  
1か所



1万人が熱狂する  
プロダクト  
×  
100か所

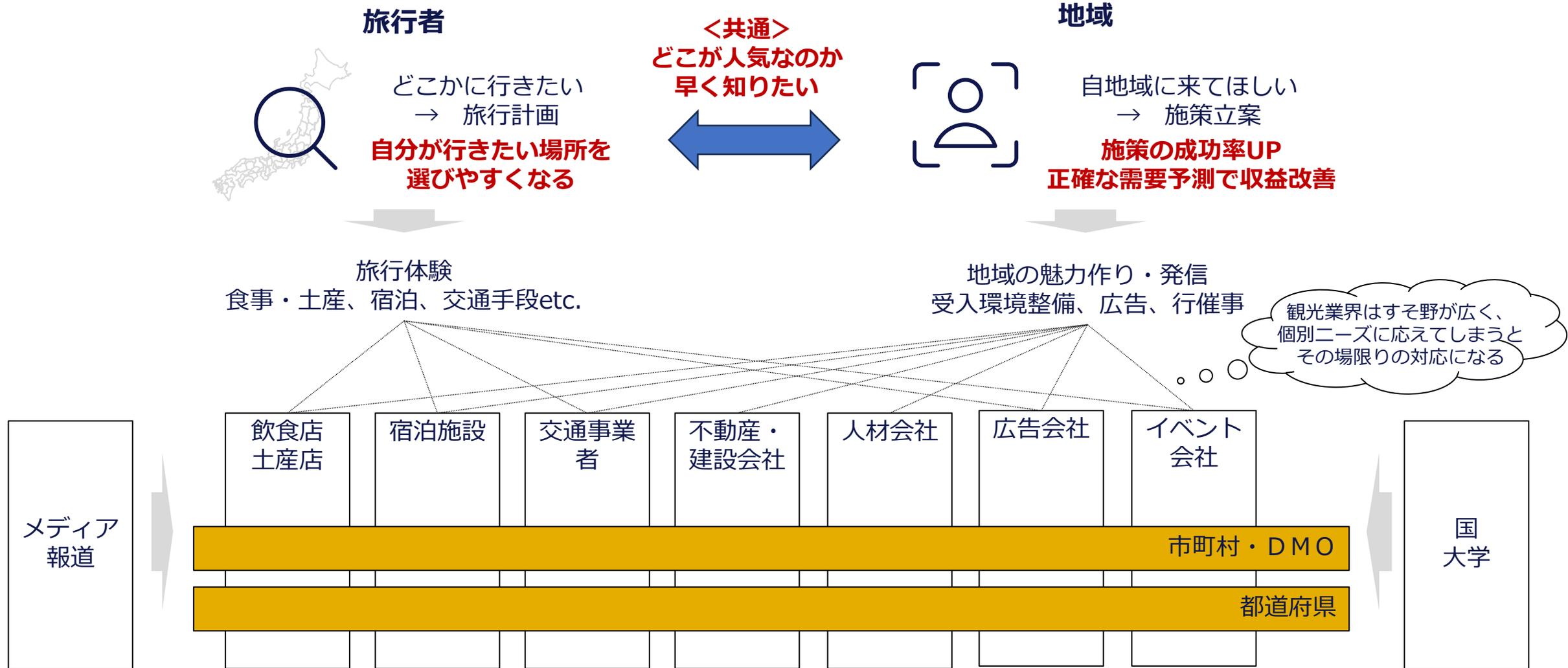
**ロングテールなプロダクト造成**

- ✓ コロナ禍で3密回避が必要
- ✓ 消費者志向の多様化で、人気が出る場所が予測困難
- ✓ 100か所を育てるにはその10倍超の試行錯誤が必要

観光スポット2,000箇所  
常時モニタリングを着想

出所：広島県観光連盟講演資料

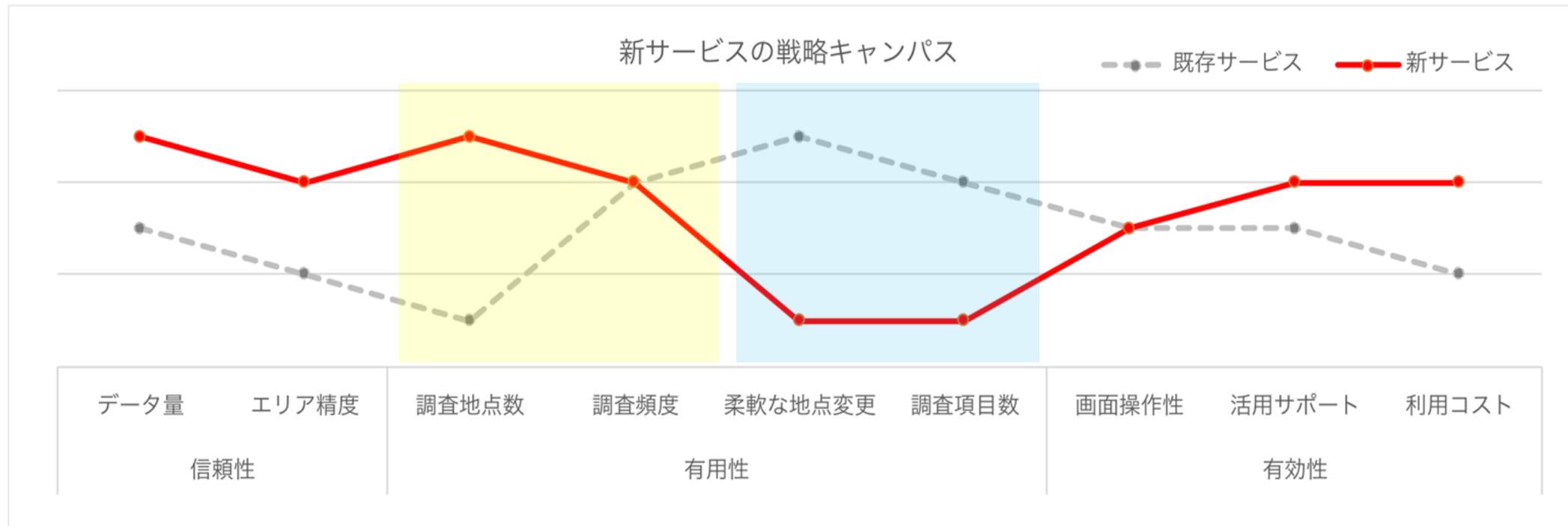
# 真の課題（ジョブ）の発見と再定義



# 真の課題（ジョブ）の発見と再定義

## 解決すべき顧客課題

1. どの観光スポットがなぜ人気なのかを早く知りたい。  
(観光スポット2,000箇所常時モニタリング)
2. お金もないし、時間も手間もかけたくない



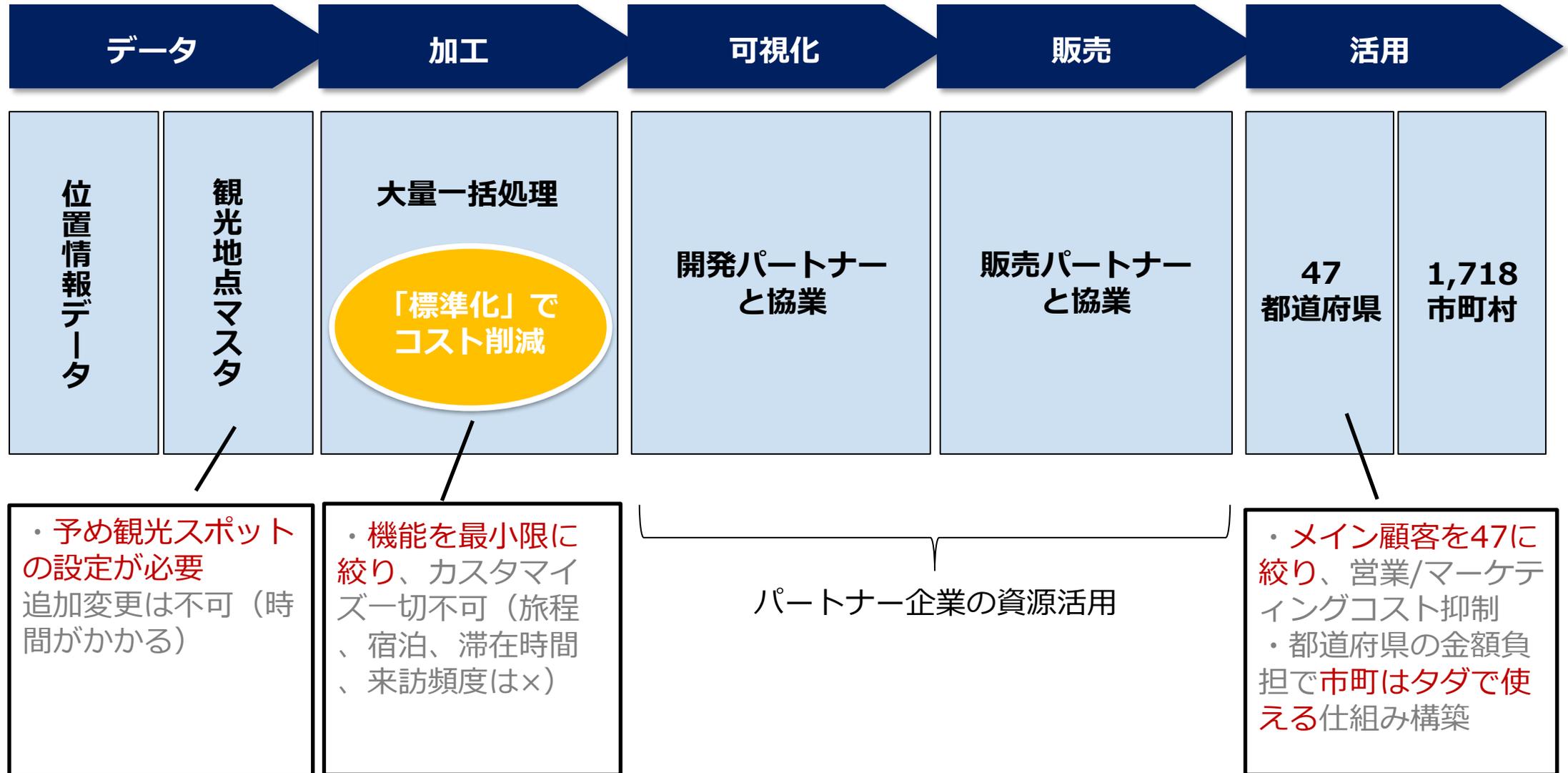
# 持続可能な価値創出の仕組み



LocationMind

We Help Your When, Where And Why

# 価値創出工程（バリューチェーン）の再検討

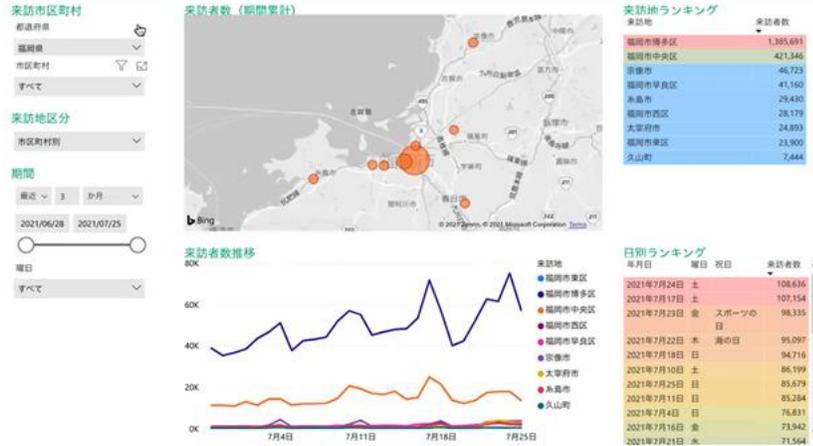


注：開発当時の制約で、今は実装されているものもあります

# 標準化の工夫：分析機能を4つに限定

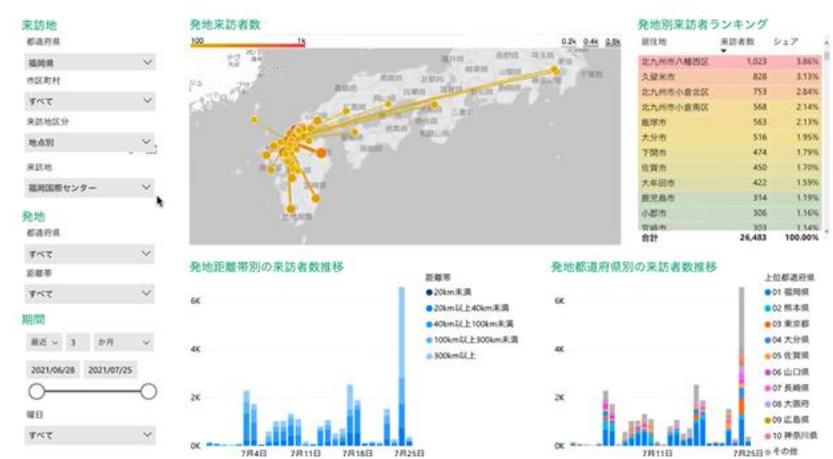
## 来訪地分析

どこに来ているのか  
日別来訪者数を行政区・スポット別に表示



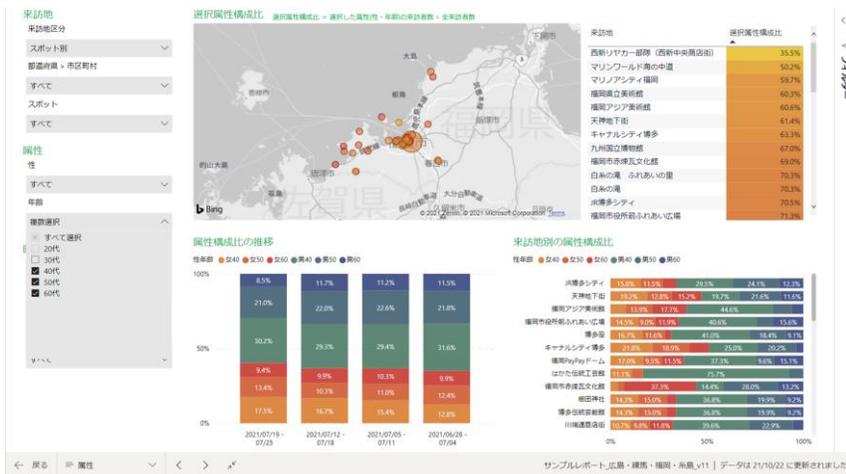
## 発地分析

どこから来ているのか  
行政区・スポット別に発地市区町村を表示



## 属性分析

どんな人が来ているのか  
行政区・スポット別に性年代構成比を表示



## 周遊分析

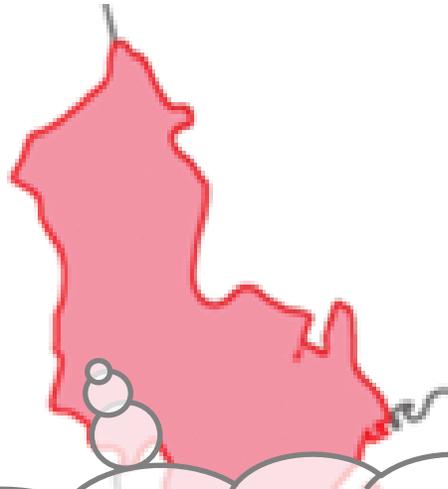
どこどこを周遊しているのか  
スポット間の周遊者数を表示



# 標準化の工夫：観光客定義の統一

## 都道府県が主に採用してきた観光客定義

市内全域を対象に高頻度来訪者を除外

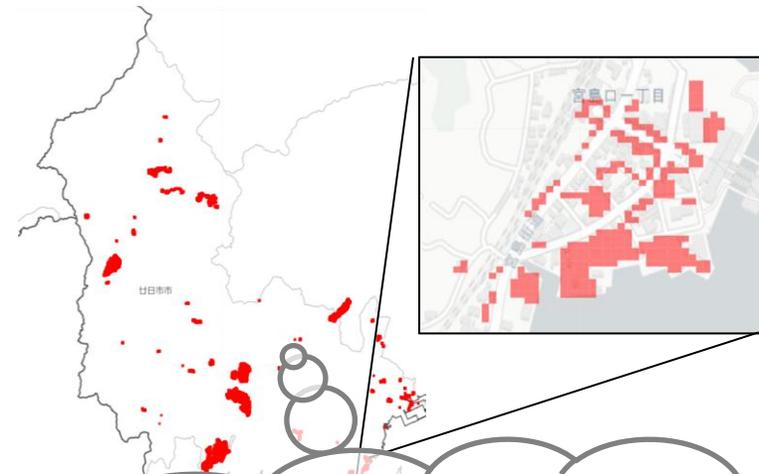


- ✓ 数千ヶ所ある観光地点設定には膨大な作業が必要で、お金と手間がかかりすぎる
- ✓ そもそも県では、観光地点を網羅的に把握していない

違っていた！  
(制約条件)

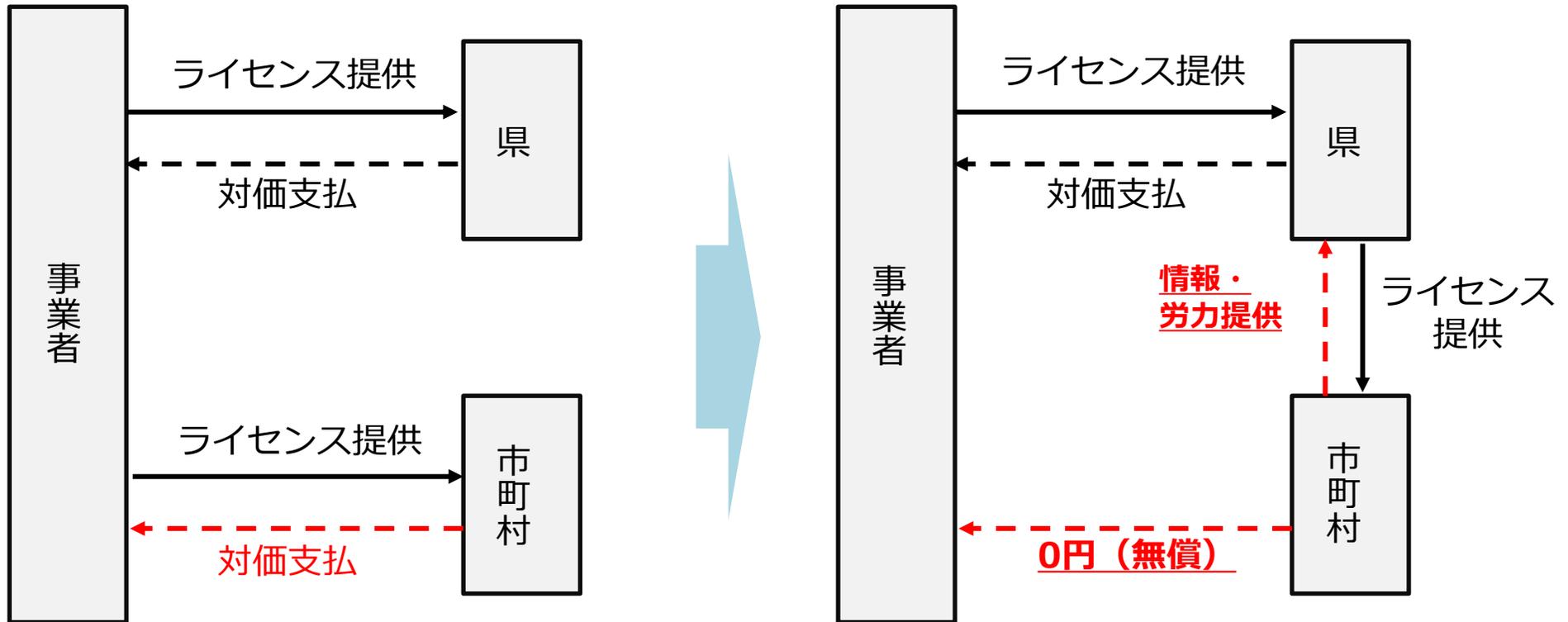
## 市町村が採用してきた観光客定義

市内数百箇所の観光施設敷地形状内  
いずれか来訪者を集計



- ✓ 周遊スタンプラリーの検討やイベント効果検証には観光スポット単位の調査必須
- ✓ 県の調査は市町村単位が多いのでうまく使えない

# 標準化の工夫：観光客定義の統一

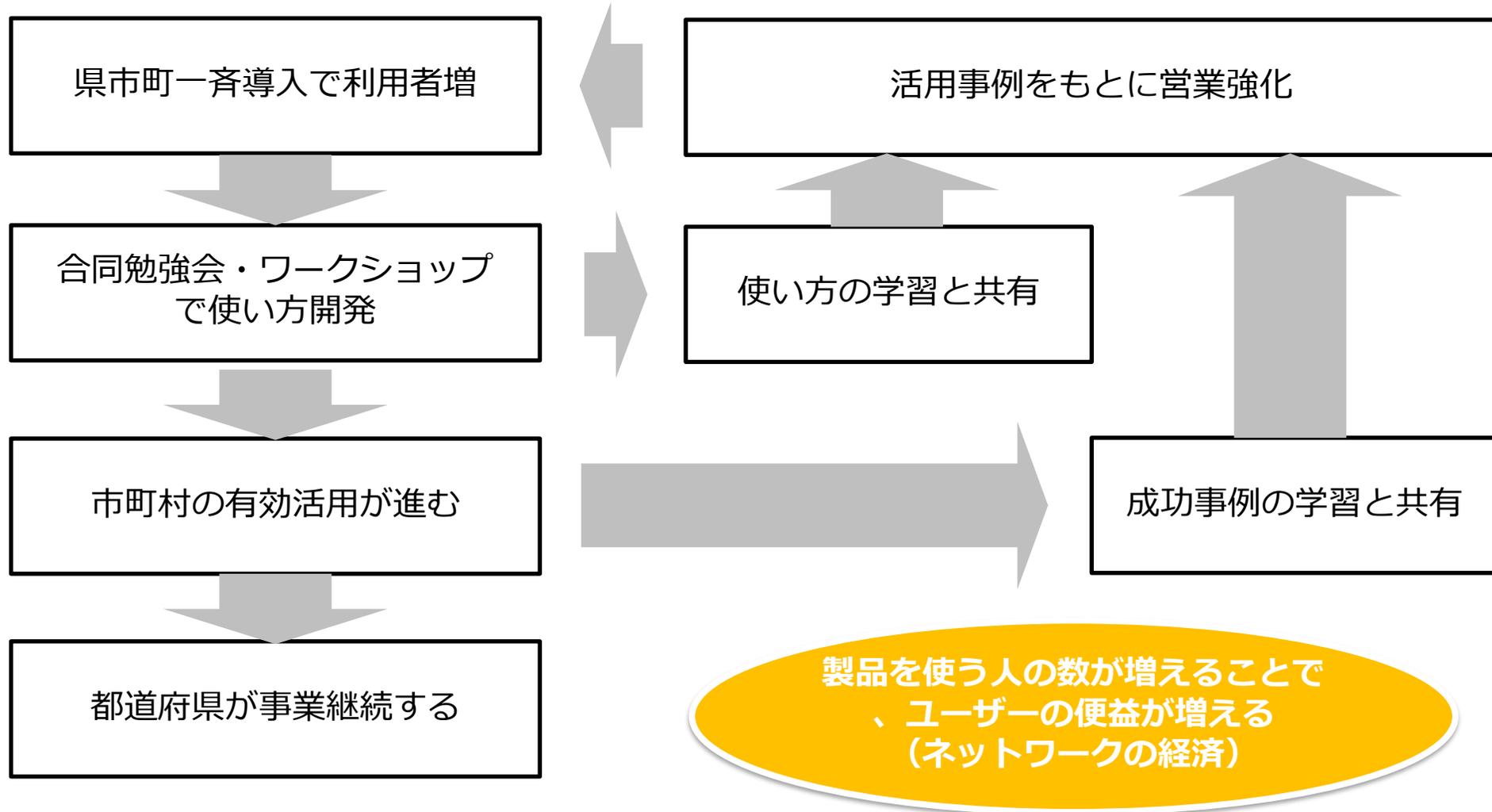


バラバラに提供すると、  
支払能力のない市町村は利用できない

県の事業として市町村にライセンス提供  
市町村は観光地点情報の整理と登録を担う

**県が費用負担する代わりに、市町村が観光地点情報の整理と登録を行うことで、  
県と市町村が一体となり、観光客定義の共通化を実現**

# 県市町一括導入による好循環



コンセプト

# CONCEPT



## 「デジタル観光統計」を身近に。

これからの観光行政には、3密を避けた交流人口拡大、データに基づく政策立案評価（EBPM）そして持続可能な観光地域経営の実現が求められています。「おでかけウォッチャー」は、それらを実現するための道標となるデジタル観光統計を、全国市区町村どこでも、だれもが活用できるよう設計しました。

本サービスの開発には、国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）の委託研究「データ連携・利活用による地域課題解決のための実証型研究開発（第3回）」の研究成果の一部が活用されています。

# 開発した観光データ分析サービス概要

保有・登録データ



位置情報データ



観光スポット情報  
数千ヶ所



データ加工

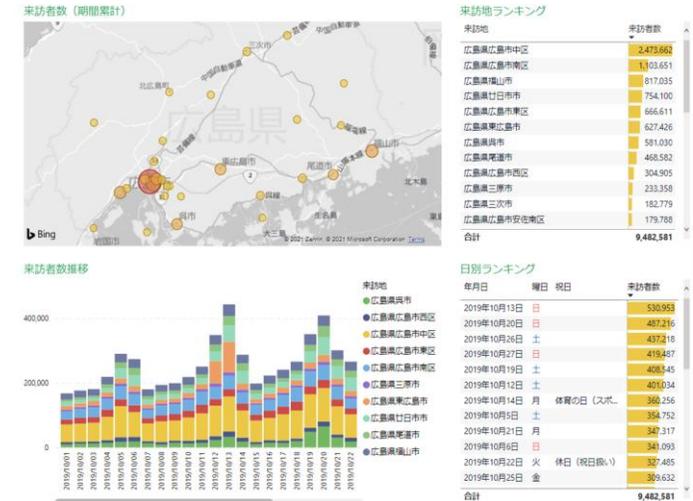


準リアルタイム解析  
データマート

- 低負荷で、深堀分析が可能なデータ形式に加工
- 月曜～日曜までのデータを翌木曜に提供
- BI表示に適した形へ加工



モニタリング結果表示



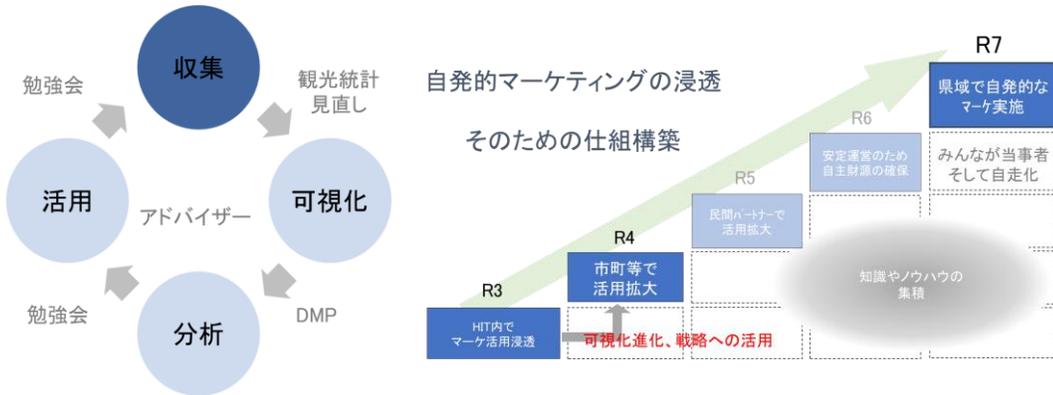
- 特徴 1** 圧倒的な取得サンプル数で、実際の来訪者数増減が数百人程度でも分析できる
- 特徴 2** 誰でも直感的に使えるよう地域観光分析に特化したユーザインターフェイスを採用
- 特徴 3** 専用データ加工処理により、トレンド比較と深堀分析をストレスなく実行

※本サービスの活用データは個人情報を含みません。また個人を特定できないように加工した上で利用しています  
※本サービスは国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）の委託研究開発成果の一部を活用しています

# 得られた成果：活用事例

## 広島県観光連盟（HIT）

県としての観光データ基盤完成  
市町と県が同じ目線に立った自発的なマーケティングの仕組み構築の礎に



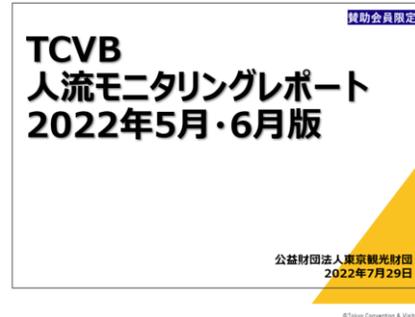
事例背景  
データを活用したマーケティング推進を試みる# 難易度・工数の課題から市町毎にバラツキが  
発生。県としては、自発的な取り組みを促すための環境構築が必要だったが、工数に限界があった。



観光地をスポットとして登録・管理できる機能や、県と市町が同じ仕組みで分析・データ抽出できるわかりやすいダッシュボードを提供。

## 東京観光財団

人流データを活用しやすいレポートの形で各地域に提供  
各地域がデータに基づいたマーケティングを実施できる体制へ



分析結果例

- ・ コロナ以降のマイクロツーリズム傾向を定量的に実証。地方誘客が出来ていない地域、来訪は多いがローカルエリアからの集客に留まる施設などが可視化された。
  - ・ スポーツイベントやコンサートなどで、地方誘客が大幅に増加する施設が明確になった。
- 得られた示唆・今後の活用
- ・ 地域のハブとなるスポットや、大型集客イベントを中心とした回遊の重要性を改めて確認。
  - ・ 登録スポット数・アカウントを追加。東京観光財団の全部署においてかけウォッチャーの担当を置き、全組織が共通のデータに基づく施策立案ができる体制へ。自治体や観光協会への活用提案も進めていく。

事例背景  
パンデミック以降の旅行者の意識変容への対応、サステナブルツーリズムの在り方模索のため、国内旅行客の現況把握が必要であったが、区部や島しょ部など多様な都内各地域の実態を分析するためのデータ基盤や人材が不足していた。



域内の観光地100箇所をスポットとして登録。来訪者数や属性、発地を分析できるダッシュボードを作成し提供

# 得られた成果：活用事例

## 京都府宇治市

目玉スポットからの周遊実態や消費傾向が明らかに  
集客プロモーションの「白地」が見えた



京都に来たらはずせない！  
みどころ満載の宇治へ！

### 得られた示唆

- 調査前想定よりも平等院鳳凰堂からの周遊は多く、商店街での消費にも結びついていた。
- 近隣の京都大阪兵庫からの来訪は少ないが、その少ない来訪者はお茶を目的としていた。
- 人口比に対する来訪比から、若年女性の白地が大きいことがわかった。

### 活用

- 白地である「近隣県在住×20～45歳女性」へお茶や源氏物語をフックにした広告を実施。  
→好反応が得られた近隣県在住35～44歳女性を重点ターゲットとしてPR展開へ。

宇治市には著名な観光スポットである『平等院鳳凰堂』が存在するが、その来訪者の地域滞在時間が短く、地域消費につながらないという問題があった。

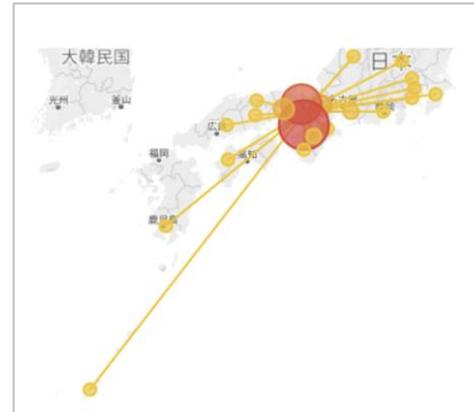
### 事例背景



居住地や移動手段別の観光客の行動特性、周遊傾向を分析。来訪目的アンケートなどと組み合わせることで、平等院鳳凰堂「以外」のポテンシャルを探った。

## 京都府亀岡市

来訪元によって異なる滞在傾向から  
周遊増の白地を発見



### 得られた示唆

- 試合別に来訪者の行動を分析したところ、大阪・兵庫在住者は試合終了後に市内を周遊するが首都圏在住者は試合終了後に京都市内に直行するなど、来訪元によって差異が生じていた。
- 周遊をしない理由の特定のため現地アンケートを実施したところ、アウェイファンは亀岡市について「食コンテンツが無い」「どこに何があるかわからない」と考えていることがわかった。

### 活用

- 地域性の高いグルメを訴求するため、地域の飲食店とワークショップを実施。
- 情報発信の強化のため、メルマガ会員を増加させるキャンペーン施策を実施。

亀岡市には京都サンガF.C.(J1)のホームである『京都サンガスタジアム』があり、コンスタントに1万人規模の集客ができるものの、そこからの周遊に繋げることができていなかった。

### 事例背景

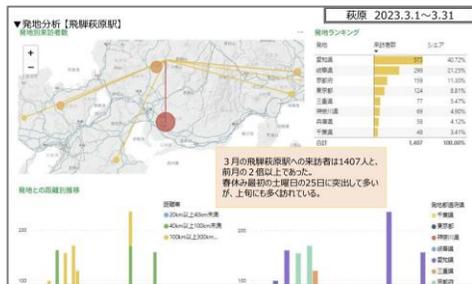


スタジアム来訪者の観光ポテンシャルを探るため、スタジアム利用者の属性や周遊傾向を分析。

# 得られた成果：活用事例

## 下呂温泉観光協会

観光協会主導で基礎自治体での活用を促進  
マーケティング示唆の獲得のみならずDX人材の育成に寄与



### 起こった変化

- 下呂温泉周辺の基礎自治体は体験型の商品を扱っており、その集客について感覚値で検討していたところ、おでかけウォッチャーを用いて共通の人流データを用い議論できるようになった。
- 毎月各基礎自治体での調査結果を共有・議論するサイクルができたことで、担当者も楽しみながら創意工夫する機会が生まれ、人材育成に繋がっている。

### 活用

- 各基礎自治体が分析したおでかけウォッチャーデータを基に他のデータも含めて活用し、観光協会として戦略を立案。
- 取り組みを岐阜県全体に広げていくことが決定。

下呂温泉観光協会では、下呂温泉とその周辺の複数基礎自治体についての観光DX振興を目指していた。

### 事例背景



各市町村にツールを使った分析方法をインプットした上で、観光協会主導で毎月データから得られる知見の共有会を実施。

## 福岡市

アートイベントの来訪・周遊促進効果を実証  
施策の経済波及効果が明らかに



### 分析結果

- イベント期間は対象地域への来訪者が15%増加。対象施設では特に来訪者数が増加しており、イベントの効果が見受けられる。
- 対象施設同士での周遊が増加周遊している。
- 福岡県内発地、他九州エリア双方からの誘客ができていた。

### 得られた示唆

- アートイベントには市の来訪者数を増加させる効果がある。
- 周遊促進にも一定の効果があり、経済波及効果の広がりが見受けられる。

市美術館や街区に設置したアート作品を中心とした周遊型アートイベントを市主催で実施。その施策効果の検証が必要だった。

### 事例背景



イベント実施期間と比較対象期間について、来訪数や来訪元だけでなく、対象施設間の周遊状況などを多角的に分析。

# 得られた成果：活用事例

## 東京都八王子市

観光客数やその行動特性を自然資産まで分析  
定量的な課題に基づいた戦略策定が可能に



分析結果の一部

- 高尾エリアは競合の山エリアと比較し60代女性が多く、全体の20%を占める。高尾山大見晴台の来訪者数に対し、周辺の高尾エリアスポットの来訪者数は1~12%程度に留まる。
- 高尾エリアと比較し、それ以外の市部は繁閑差が少ない。

得られた示唆の一部

- 高尾山大見晴台・高尾山薬王院・各駅を含めた周遊ラリーなどで他のスポットへの周遊を促せる可能性がある。
- 高尾エリアの開散期に他のエリアを押し出すことが可能である。

観光webサイトのリニューアルを主軸とした5カ年の広報戦略を策定するにあたり、課題分析のためのデータが必要だった。しかし、自然資源（高尾山）における来訪者数取得することの難易度が高かった。

事例背景



プロモーションのターゲット選定に必要な性別や年齢などの属性別人流データ、モデルコース策定のための周遊分析などを提供。

## 熊本県御船町

回遊施策に課題を発見  
さらに、商業施設来訪者の周遊特徴が明らかに



分析結果

- 商業施設来訪者1日1万人に対して町内主要観光施設への周遊者は数百人に留まり、大きな伸びしろがある。
- 施設訪問「前」の周遊は、人数ベースで訪問「後」の周遊の2倍となっている。

得られた示唆

- 商業施設で生鮮冷凍食品を購入する来訪者が多く、商業施設来訪「後」の回遊施策よりも「前」の施策の方が有効な可能性がある。当日の行動変容を促すプロモーションではなく、前日までに周遊プランを立てていただくための働きかけが必要である。

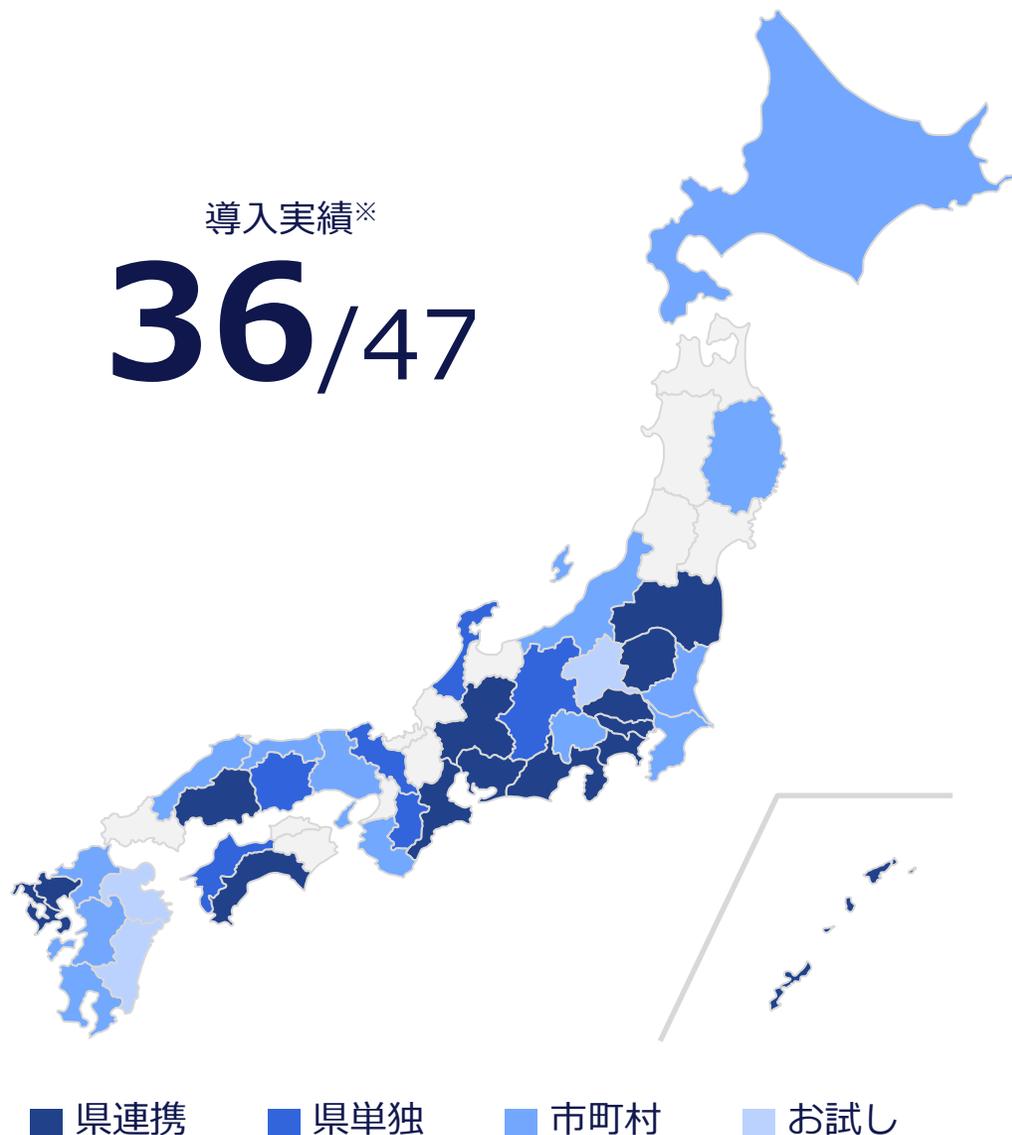
会員制大型商業施設の誘致に成功した。実際にどのような地域影響が生まれたか定量的把握することで、観光消費を増大させたい。

事例背景



誘致した大型商業施設と、町内主要観光施設である恐竜博物館との周遊実態を分析。

# 得られた成果：導入実績



北海道・岩手・福島・茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・東京・神奈川・新潟・石川・山梨・長野・岐阜・静岡・愛知・三重・京都・兵庫・奈良・和歌山・鳥取・島根・岡山・広島・愛媛・高知・福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄  
(2024年8月時点)

※…2022年2月～2024年8月時点までの累計導入実績には、県下の市区町村が導入している場合も対象

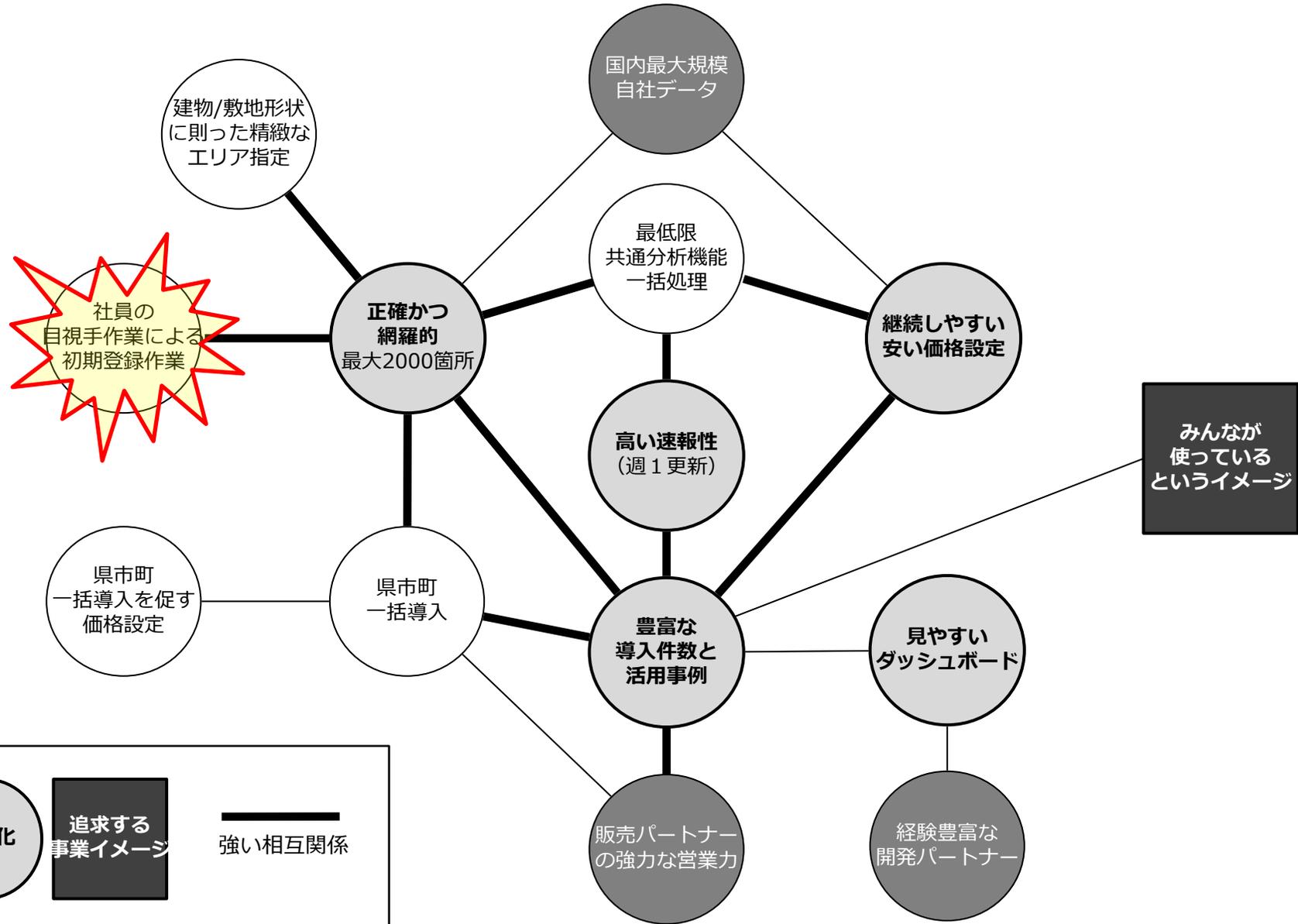
# 開発した仕組みの進化



LocationMind

We Help Your When, Where And Why

# 活動システムの振り返り（2022年3月）



# 全国観光スポット情報の整備

## 2023年6月 全国観光地点マスタ開発完了

全国 106,801件

最多登録数 北海道 4,059件

最小登録数 徳島県 1,333件



## 派遣スタッフの方向けマニュアル

🔴 プログウォッチャー

### 全国観光地MAP作成マニュアル

2022/7 (Ver1.0)  
株式会社プログウォッチャー

ProfilePassport

**お願いしたいこと**

全国観光地MAPの作成。

弊社内で各道府県の観光スポット、交通拠点（駅・空港）、宿泊施設（ホテル・旅館）の地点リストを作成しています。各地点ごとに、その建物や敷地に該当する面を地図上で定義する作業をお願いいたします。  
—弊社ツールにて、地図上で10m×10mのマス目上を塗りつぶす作業をお願いします。

弊社作成の観光地ポイント  
(例：佐賀県)

ID	名称	種別	緯度	経度	面ID	面名
4100-21	佐賀県庁舎	公共施設	33.4405	130.2401	010	佐賀県庁舎
4100-22	佐賀県庁舎	公共施設	33.4405	130.2401	020	佐賀県庁舎
4100-23	佐賀県庁舎	公共施設	33.4405	130.2401	030	佐賀県庁舎
4100-24	佐賀県庁舎	公共施設	33.4405	130.2401	040	佐賀県庁舎
4100-25	佐賀県庁舎	公共施設	33.4405	130.2401	050	佐賀県庁舎

弊社ツール (GeoTrace) による、地点ごとの面の塗りつぶし  
(例：武雄温泉 森のリゾートホテル)

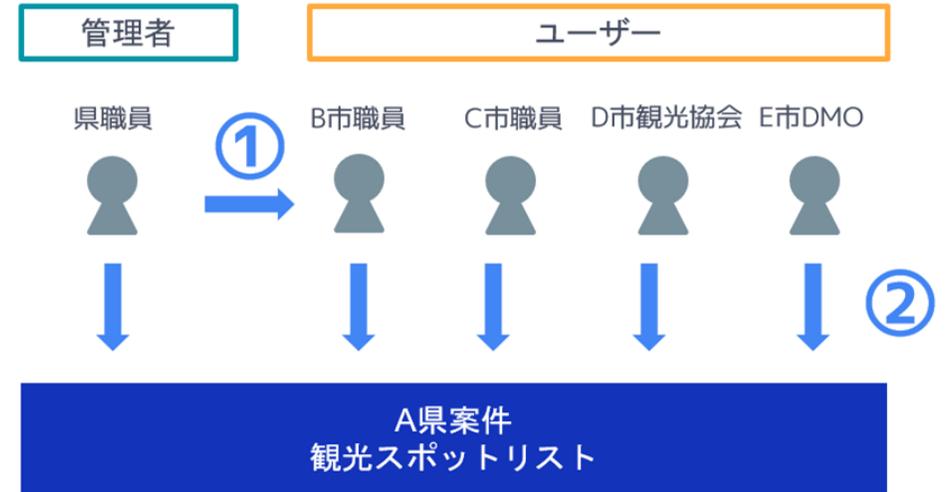
🔴 プログウォッチャー

# 観光地点登録編集ツールの開発

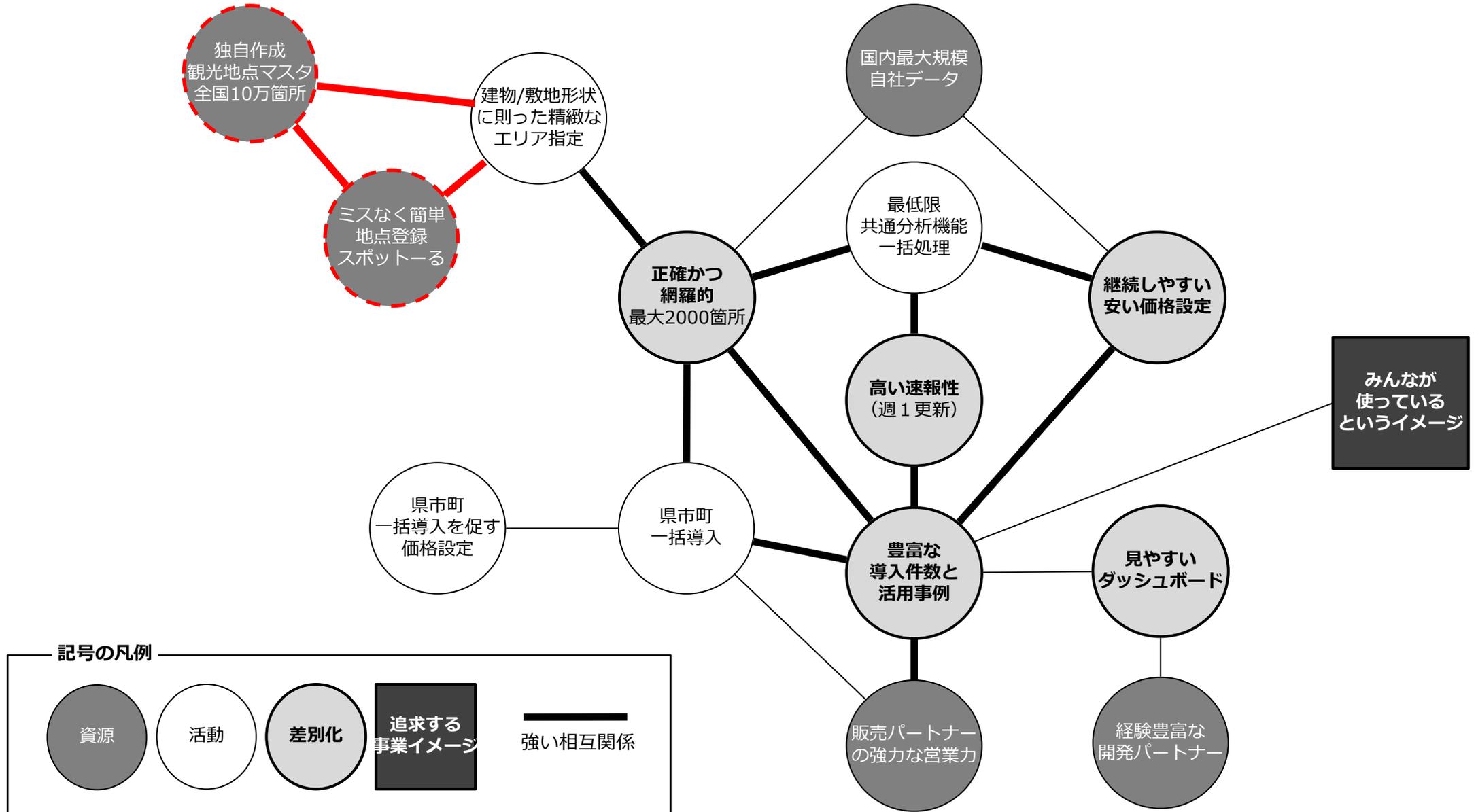
## 2024年3月 ツール開発完了・運用開始



### 例) A県のスポット登録業務フロー



# 活動システムの進化 1



## 産官学の検討委員会により、データ検証し、作成・活用ガイドラインを策定

### デジタル観光統計オープンデータの意義と内容



新型コロナウイルス感染症を機に、観光を取り巻く環境が劇的に変化、多様化するなかで観光の持続可能な社会の実現のためには、観光客の現状をタイムリーに把握し、速やかに施策実行評価に繋げるデジタル観光統計の整備と活用が重要となる。

信頼性・速報性の高い観光統計データ整備・提供にあたり検討委員会を設置し、ガイドラインを策定

#### 検討委員会 構成員一覧

座長 清水 哲夫 東京都立大学 教授  
委員 古屋 秀樹 東洋大学 教授  
中野 隆治 (一社) 広島県観光連盟  
上田 和佳 (公社) 静岡県観光協会  
野田 優 福岡市 観光マーケティング課  
オブザーバー 観光庁観光統計調査室  
(敬称略)

調査地点の選定等に関する基準を共通化し、都道府県および市区町村が相互に比較可能な信頼性が高く、速報性を備えた統計を作成し、誰もがインターネット等を通じて無償で利用(加工、編集、再配布等)できるオープンデータとして提供する

#### デジタル観光統計オープンデータの内容

- **調査対象** 日本国内居住者の観光目的入込
- **調査方法** ブログウォッチャー社が事前に許諾を得て取得したスマートフォン位置情報データを活用
- **観光来訪者数定義** 推定発地から半径20km以上離れた調査地点に滞在した者。但し、調査地点勤務者を除く。
- **調査地点** 検討委員会のレビューを得た作成ガイドラインをもとに、ブログウォッチャー社が保有する全国10万箇所の観光地点を初期版設定(お試し版)、その後、都道府県の地点変更・追加を反映(確定版)
- **データ項目** 全国都道府県・市区町村月別観光来訪者数
- **調査期間** 2021年1月～、直近1ヶ月分を毎月更新
- **提供開始予定** 2023年10月～ お試し版提供、2024年1月以降～ 確定版提供
- **提供価格** 無償 ※日本観光振興協会HPよりオープンデータとして提供

デジタル観光統計オープンデータ  
ガイドライン

公益社団法人 日本観光振興協会  
総合調査研究所

# 有識者委員会レビューガイドライン作成

## 人流データ計測の性質を踏まえ、調査対象地点と観光来訪者の定義を標準化

別紙 調査対象地点の選定基準

分類	備考
01 自然資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>山岳、高原（混原、原野等も含み、観光の対象となっているもの）、海岸（海岸、砂丘、岬等をいう。海水浴場は除く。）</li> <li>湖沼、河川、海中、その他自然（エコツーリズムやグリーンツーリズム）は対象外とする。</li> <li>山岳は、山頂周辺に神社や展望台がある場合はその周辺、ない場合は山頂から半径概ね200〜300m圏を設定し、登山道や麓は対象外とする。</li> <li>湖畔に展望台等の観光地点がある場合は、個別に登録する。</li> <li>滝周辺、峡谷は登録するが、公園内に所在する場合は公園として登録する。</li> <li>離島は島全域で設定せず、城内観光地点および出入する空港・海港を交通・乗り物として設定する。</li> </ul>
02 史跡・城跡・城郭	<ul style="list-style-type: none"> <li>古墳、城跡（無料の城で、城跡公園があれば公園、なければ城）、城郭（有料施設）</li> </ul>
03 神社・寺院・教会	<ul style="list-style-type: none"> <li>（観光利用の対象となっている）神社、寺院、モスク</li> <li>参道を含めるが博物館や宝物殿など付属施設がある場合は個別に登録する。</li> </ul>
04 庭園・公園	<ul style="list-style-type: none"> <li>（一般の方が入場可能な）庭園、公園、広場</li> <li>神社・寺院に付属する場合は、神社・寺院・教会として登録する。運動公園は、スポーツ・アクティビティとして登録する。</li> </ul>
05 郷土景観・街・街道	<ul style="list-style-type: none"> <li>標田、展望台、著名な坂</li> <li>郷土景観、街、街道全域は、都道府県および市区町村の申出により設定する。</li> </ul>
06 美術館・博物館	<ul style="list-style-type: none"> <li>美術館、博物館、科学館、記念・資料館</li> </ul>
07 動物園・水族館	<ul style="list-style-type: none"> <li>動物園、植物園、水族館</li> </ul>
08 建造物	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史的建造物、デザインの優れた建造物（旧庁舎、橋、ダム等）。歴史的文化的価値のある建造物そのものが観光利用の対象となっているもの。</li> </ul>
09 温泉・スパ	<ul style="list-style-type: none"> <li>湯畑、足湯、日帰り温泉施設（スーパー銭湯など温泉法に基づかない温泉類施設やヘルスツーリズムを含む）</li> <li>温泉街全域は、都道府県および市区町村の申出により設定する。</li> </ul>
10 スポーツ・アクティビティ	<ul style="list-style-type: none"> <li>野球場、スキー場、ゴルフ場、テニスコート、キャンプ場、屋内遊技場、釣り場、なお、スポーツ観戦（野球、サッカー、メジャーゴルフトーナメント大会等）の入込を含む。</li> <li>サイクリングコース、ハイキングコース、自然歩道等は対象外とする。コンサートホール、展示会場は、エンタメ・アミューズメントとして登録する。</li> </ul>
11 海水浴場	<ul style="list-style-type: none"> <li>海水浴場</li> </ul>
12 エンタメ・アミューズメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>レジャーランド・遊園地、テーマパーク、コンサートホール、展示会場、市民ホール</li> </ul>
13 ショッピング・サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビクターセンター、観光案内所、農産物等の直売所、物産館、道の駅</li> <li>その他商業施設は、都道府県および市区町村の申出により設定する。</li> <li>遺構は、史跡または建造物として登録する。</li> </ul>
14 交通・乗り物	<ul style="list-style-type: none"> <li>高速道路のサービスエリア・パーキングエリア（ただし、単なる休憩機能のみの施設は除く。）、離島の空港・海港を対象とする。なお、駅、離島以外の空港・海港などは対象外とする。</li> </ul>

### デジタル観光統計の観光来訪者定義

#### 観光来訪者定義

日本国内に居住する者で観光目的（＝観光地点来訪、ただし、通勤目的を除く）のため、日常生活圏以外<sup>※</sup>の観光地点を訪れた者を観光来訪者として、1人の観光来訪者が1日のうちに当該都道府県あるいは当該市町村内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人とカウントします。

#### ※日常生活圏以外とは

##### 共通基準における目安



日常生活圏以外：片道の移動距離が80km以上または所要時間（移動時間と滞在時間の合計）が8時間以上  
ただし、通勤や通学、通院などの定期的な外出（目安は週1回以上）、転居のための片道移動、交通機関の乗務を除く。

##### デジタル観光統計ガイドラインにおける定義



日常生活圏以外：自宅からの直線距離が20km以上または、観光地点が勤務地である移動（通勤）を除く。  
※観光来訪者の共通基準との違い  
20〜80km（例：江東区→横浜中華街）かつ8時間以内  
…共通基準：含まない、デジタル観光統計：含む  
20km以内（例：江東区→TDL）かつ8時間以上…  
…共通基準：含む、デジタル観光統計：含まない

### デジタル観光統計オープンデータの取扱いに関する留意点

デジタル観光統計オープンデータと共通基準による観光入込統計とは、調査手法の違いから集計結果に乖離が生じる場合があります。活用にあたっては、下表に示す両者の調査手法の違いを適切に把握し、活用する必要があります。

表：共通基準による観光入込統計とデジタル観光統計の調査手法の違い

共通基準による観光入込統計	デジタル観光統計オープンデータ	留意点
<b>調査対象</b> 以下の全てを調査する。 ①非日常利用が多い（月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満）と判断されること。 ②観光入込客が適切に把握できること。 ③前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上であること。	以下の少なくとも1つを満たすものを対象とする。 ①観光来訪者が適切に把握できる地点であること。 ②前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上であること。	デジタル観光統計は、非日常利用が多い施設であっても施設から半径20km圏内の居住者は集計対象から除外されること、また人数をカウントする人員や機器設置が不要で施設や敷地形状に限り観光施設来訪者数推計が可能であることからより多くの観光地点が設定できるため、共通基準による観光入込客統計と調査対象地点を変えて運用することが考えられる。調査対象地点が異なれば、観光来訪者数の集計結果も異なるため、共通基準による観光入込客統計と併用する場合は、調査対象地点の違いについて説明することが望ましい。 デジタル観光統計は、スマホアプリの利用率が低い、20代未満70代以上の年齢層の来訪者数が反映されないため、当該年齢層の来訪割合が多い観光施設来訪者数は集計結果が減少になることに注意が必要となる。 デジタル観光統計は、観光地点から推定居住地域までの距離が20km未満の対象施設来訪者数が集計対象に含まれないため、近隣者が多く簡便な観光施設は観光来訪者数が減少になることに注意が必要である。
<b>地理的範囲</b> 市町村担当者が観光地点の管理者に確認し、施設利用者数や駅・駐車場等の交差調査方法 通施設の利用者から推計	10m四方メッシュの集約として設定したエリアに滞在した来訪者数を、予め許諾を得たスマートフォン利用者の行動ログから集計し、住民基本台帳人口に占める割合をもとに拡大推計	
<b>日常生活圏の判定基準</b> 目安として、片道の移動距離が80km以上または所要時間が8時間以上、ただし、通勤や通学、通院などの定期的な外出（目安は週1回以上）、転居のための片道移動、交通機関の乗務を除く。	直近2ヶ月間で夜間または昼間に一定以上出現する場所をそれぞれ発地推定居住地および推定勤務地域とし、発地推定居住地から観光地点までの距離が20km未満の日常生活圏内移動、観光地点に推定勤務地域が含まれる通勤・通学者の移動は集計対象から除く。	

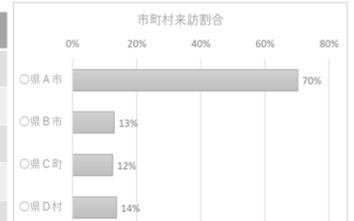
### デジタル観光統計オープンデータの活用例①

#### 地域間比較による自地域ポジション分析

各市町村観光来訪者数が都道府県観光来訪者数に占める割合を「市町村来訪割合」といい、この指標を使うことで、各市町村がその都道府県全体の観光来訪者を引き寄せる度合いを相対的に評価できます。来訪割合が高い市町村は、更に多くの観光客を引き寄せるために、地域の魅力を発信し広めることに重点を置くことが考えられます。一方で来訪割合が低い市町村は、観光来訪者が他の市町村を訪れる前後での立ち寄り等を促す施策を優先的に取り組むことが考えられます。

表：県内市町村観光来訪者数・来訪割合の比較 ※数字はダミー値です。

地域	人数	来訪割合(順位)
○県A市	575千人	70.3%(1位)
○県B市	106千人	13.0%(3位)
○県C町	102千人	12.5%(4位)
○県D村	112千人	13.7%(2位)
○県全体	818千人	100.0%(-)



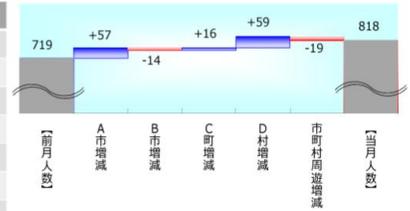
### デジタル観光統計オープンデータの活用例③

#### 都道府県観光来訪者数の増減要因分析

都道府県観光来訪者数の変動は、各市町村観光来訪者数の増減人数の合計から市町村間周遊者数の増減人数を減算することで体系的に説明ができます。変動が特定の市町村の影響であれば当該地域に対する状況把握や施策を優先することが考えられます。複数市町村全体としての変動であれば、地域全体に影響を及ぼす事象が発生している可能性があります。

表：都道府県観光来訪者数増減要因の把握分析 ※数字はダミー値です。

項目	人数(順位)
○県前月観光来訪者数	719千人
○県A市観光来訪者数増減	+57千人(2位)
○県B市観光来訪者数増減	-14千人(5位)
○県C町観光来訪者数増減	+16千人(3位)
○県D村観光来訪者数増減	+59千人(1位)
○県内市町村間周遊人数増減	-19千人(4位)
○県当月観光来訪者数	818千人



# デジタル観光統計オープンデータの提供開始

## 全国の観光モニタリング指標として、日本観光振興協会がオープンデータ提供開始



令和5年10月12日  
公益社団法人日本観光振興協会  
総合調査研究所 担当：安本・町田・近藤  
TEL：03-6435-8333

### 「デジタル観光統計オープンデータ」お試し版の提供開始

<https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/d-toukei/>

公益社団法人日本観光振興協会(本部：東京都港区 会長：山西 健一郎)は、デジタル技術を活用した観光来訪者数<sup>1</sup>を「デジタル観光統計オープンデータ」お試し版として、本日より当協会サイトで提供開始しました。

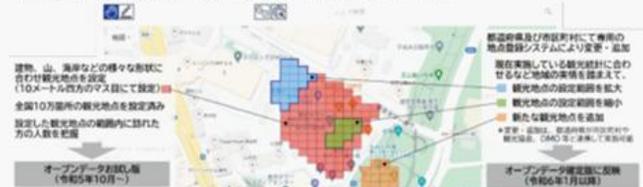
この新しいデータは、株式会社プログウォッチャー(本社：東京都中央区 代表取締役社長：酒田 理人 以下「プログウォッチャー」)が保有する、事前に利用者より許諾を得た携帯端末から取得された月間3,000万MAU(月間アクティブユーザー数)の位置情報データを活用し、全国の都道府県・市区町村の観光来訪者数を月別に集計したものです。今後は毎月、前月のデータを公開していくこととしています。誰でも無償で利用できるデータを月ごとに提供することにより、持続可能な観光地経営をデータ活用の面から支援します。

### 都道府県の観光統計の実情に合わせたデータ(確定版)の提供にむけて 都道府県による観光地点の変更・追加をお願いします

本日より提供する「デジタル観光統計オープンデータ」は、デジタル観光統計整備検討委員会により作成されたガイドラインをもとに、プログウォッチャー社にて設定した全国10万カ所の観光地点を訪れた方を集計したお試し版です。

確定版の提供にむけては、都道府県の皆様に、これまで実施されてきた都道府県の観光統計に合わせて観光地点を変更・追加いただくことにより、各地域の観光実態をより正確に把握できる「デジタル観光統計オープンデータ」としていくこととしています。(確定版公開は、令和6年1月以降を予定)

### ■観光地点の設定及び都道府県による変更・追加について(例示)



※都道府県の観光統計のご担当者様には別途ご依頼申し上げます。

<sup>1</sup> 都道府県及び市区町村の観光地点を訪れた観光来訪者の実人数。「デジタル観光統計整備検討委員会」での検証を経て、定実、詳細は、次ページ及び上記の公開ページに掲載している「デジタル観光統計オープンデータ」ガイドライン及び概要をご参照ください。

### 〇「デジタル観光統計オープンデータ」の概要

#### ■背景・目的

新型コロナウイルス感染症により、観光を取り巻く環境が劇的に変化しました。観光による持続可能な社会の実現のためには、旅行者の動きをタイムリーに把握し、速やかに施策の実行・評価に繋げるデータ活用およびデータを根拠とした政策・事業立案の推進が求められています。

日本観光振興協会では、「日本観光振興デジタルプラットフォーム<sup>2</sup>」構築事業などを通じて、利便性向上や生産性向上のための観光DXの実現に向けた基盤整備を進め、持続的な地域観光経営のための支援を行ってまいりました。

デジタル観光統計オープンデータは、観光DXの実現に向けた基盤整備の一環として、調査地点選定・方法に関する基準を全国共通化したもので、信頼性が高く、速報性を備え、しかも都道府県及び市区町村が無償で利用可能な統計とすることとしています。

#### ■デジタル観光統計整備検討委員会について

日本観光振興協会は、デジタル観光統計オープンデータの整備及び適切な運用に向けて、令和5年3月にデジタル観光統計整備検討委員会を設立しました。

観光庁をオブザーバーに迎え、都道府県等の意見を踏まえながら観光地点の選定や観光客の定義についてデータを用いた検証を進め、最終的なガイドラインを策定しました。

#### デジタル観光統計整備検討委員会(概要)

目的：デジタル技術を活用した観光入込客数調査の作成・活用ガイドラインの検討

座長：清水 哲夫 東京都立大学都市環境学部観光科学科 教授

委員：吉屋 秀樹 東洋大学国際観光学部国際観光学 教授

中野 隆治 一般社団法人広島県観光連盟 カスタマーコミュニケーション事業部プロデューサー

上田 和佳 公益社団法人静岡県観光協会 事業統括ディレクター

野田 優 福岡市経済観光文化局観光マーケティング課 デジタルマーケティング係

オブザーバー：観光庁観光統計調査室

#### デジタル観光統計オープンデータガイドライン

<https://www.nihon-kankou.or.jp/home/userfiles/files/d-toukei/guideline.pdf>

#### 〇デジタル観光統計整備検討委員会 地域委員の皆様からのコメント

「市区町村ごとの観光客数を全国統一の基準で把握し、それらをタイムリーにかつ無料で比較できるサービスは画期的だと思います！また、観光地点を細かく設定登録することで、より実態に近い客数把握が可能となり、状況を踏まえた戦略・施策の展開が確々と期待しています。」(中野委員)

「デジタル観光統計オープンデータをまず利用してみたい！県・市町・登録地点ごとの観光来訪者数があるのか、見える化し、毎月継続的に現状をつかむことが可能です。現状が見えてくれば、課題が見えれば打ち手も考えることが可能になります。特に登録地点の数・設定が精度を高めるポイントです！さあ、デジタルデータから観光地域づくりの高度化を始めましょう！」(上田委員)

「福岡市では、デジタルデータの活用により、市内の観光スポットの来訪傾向や、さらには、九州のゲートウェイ都市として、福岡市を起点とした、各市への周遊傾向等を把握し、観光施策の立案・効果検証を行うことで、効果的な施策の実施を目指しています。特に、データを活用した来訪・周遊傾向の把握は、非常に有益な手法であることから、今後も福岡市の観光施策に役立てていきたいと考えています。」(野田委員)

<sup>2</sup> 「日本観光振興デジタルプラットフォーム」とは、観光情報発信やコンテンツ販売、マーケティング分析など様々な用途に対応できるデジタルプラットフォームとして構築するものであり、その一つとして観光情報データと観光マーケティングデータを効率的かつ効果的に管理するための全国観光 DMP (Data Management Platform) を構築することとしています。

### ■デジタル観光統計オープンデータお試し版の仕様

整備検討委員会の検証を経て策定したガイドラインに基づいたデジタル観光統計オープンデータをお試し版として提供します。毎月月初に前月末までのデータを日本観光振興協会のホームページよりダウンロードすることが可能となり、都道府県・市区町村の観光来訪者数を比較(地域間・時系列比較)することや、観光KPI<sup>3</sup>のモニタリング等に活用できます。

今後は、日本観光振興デジタルプラットフォーム等の各種データ提供サービスとの連携も進めます。

#### デジタル観光統計オープンデータお試し版仕様

提供項目：令和3(2021)年1月以降の都道府県・市区町村別の観光来訪者数(総数・国内)使用データ：プログウォッチャー社が提供する人流データ<sup>1</sup>

集計方法：各観光地点に滞在した来訪者数<sup>2</sup>を、都道府県及び市区町村単位にて月別に集計提供開始時期：令和5(2023)年10月

※確定版は、令和6(2024)年1月以降の提供を予定

更新頻度：前月分を毎月更新

提供形式：CSV形式

#### ※提供イメージ

年	月	地域区分	データ区分	地域コード	地域名数	人数
2023	8	都道府県	観光来訪者数	1	北海道	*****
2023	8	都道府県	観光来訪者数	2	青森県	*****
2023	8	都道府県	観光来訪者数	3	岩手県	*****
2023	8	都道府県	観光来訪者数	4	宮城県	*****
2023	8	都道府県	観光来訪者数	5	秋田県	*****
2023	8	都道府県	観光来訪者数	6	山形県	*****
2023	8	都道府県	観光来訪者数	7	福島県	*****

#### 連携サービス一覧

日本観光振興デジタルプラットフォーム (令和5(2023)年11月構築予定)

観光予報プラットフォーム (<https://kankouyohou.com/>) (連携予定)

おでかけウォッチャー<sup>3</sup> (<https://odekake-watcher.info/>) (連携開始)

以上

<sup>1</sup> 事前に許諾を得て取得したスマートフォン位置情報データを活用し、予め設定した調査地点来訪者を都道府県・市区町村単位でユニークな人数集計した月間合計値を、個人を特定できないように加工。

<sup>2</sup> 収集した来訪者の居住地データに、居住地内の許諾を得た携帯端末利用者数に対する住民基本台帳人口の割合を乗じて算出。

<sup>3</sup> おでかけウォッチャー<https://odekake-watcher.info/>は、日本観光振興デジタルプラットフォームのオプションサービスメニュー。

## 都道府県（・市町村）の観光統計担当者が調査対象地点を確認



# 約7割の都道府県が協力

※2024年3月時点のデジタル観光統計（国内版）導入又はデジタル観光統計オープンデータ地点設定協力都道府県数

建物  
合本  
(10  
全  
国  
設  
定  
方  
の

計に合  
わ  
ま  
え  
て、  
を  
拡  
大  
を  
縮  
小  
加  
市  
区  
町  
村  
や  
て  
実  
施  
可  
能



共通基準による観光入込客数調査 集計済20/47都道府県（2022年10-12月期）  
を大幅に上回る参加都道府県数

# デジタル観光統計オープンデータの提供開始

## 全国の観光モニタリング指標として、日本観光振興協会がオープンデータ提供開始

**公益社団法人 日本観光振興協会**  
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION  
**NEWS RELEASE**

令和5年10月12日  
公益社団法人日本観光振興協会  
総合調査研究所 担当：安本・町田・近藤  
TEL：03-6435-8333

### 「デジタル観光統計オープンデータ」お試し版の提供開始

<https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/d-toukei/>

公益社団法人日本観光振興協会(本部：東京都港区 会長：山西 健一郎)は、デジタル技術を活用した観光来訪者数を「デジタル観光統計オープンデータ」お試し版として、本日より当協会サイトに提供開始しました。

この新しいデータは、株式会社プログウォッチャー(本社：東京都中央区 代表取締役社長：酒田 理人 以下「プログウォッチャー」)が保有する、事前に利用者より許諾を得た携帯端末から取得された月間3,000万MAU(月間アクティブユーザー数)の位置情報データを活用し、全国の都道府県・市区町村の観光来訪者数を月別に集計したものです。今後は毎月、前月のデータを公開していくこととしています。誰でも無償で利用できるデータを月ごとに提供することにより、持続可能な観光地経営をデータ活用の面から支援します。

### 都道府県の観光統計の実情に合わせたデータ(確定版)の提供にむけて 都道府県による観光地点の変更・追加をお願いします

本日より提供する「デジタル観光統計オープンデータ」は、デジタル観光統計整備検討委員会により作成されたガイドラインをもとに、プログウォッチャー社にて設定した全国10万カ所の観光地点を訪れた方を集計したお試し版です。

確定版の提供にむけては、都道府県の皆様に、これまで実施されてきた都道府県の観光統計に合わせて観光地点を変更・追加いただくことにより、各地域の観光実態をより正確に把握できる「デジタル観光統計オープンデータ」としていくこととしています。(確定版公開は、令和6年1月以降を予定)

### ■観光地点の設定及び都道府県による変更・追加について(例示)

建物、山、海岸などの様々な形状に合わせた観光地点を設定 (10メートル四方のマスキングで設定)

観光地点の指定範囲を拡大

観光地点の指定範囲を縮小

新たな観光地点を追加

※都市部、CMAD等と連携して実施可能

オープンデータお試し版 (令和5年10月～)

オープンデータ確定版に取替 (令和6年1月以降)

※都道府県の観光統計のご担当者様には別途ご依頼申し上げます。

1 都道府県及び市区町村の観光地点を訪れた観光来訪者の実人数。「デジタル観光統計整備検討委員会」での検証を経て、定業。詳細は、次ページ及び上記の公開ページに掲載している「デジタル観光統計オープンデータ」ガイドライン及び概要をご参照ください。

### 日本観光振興協会ホームページ

**公益社団法人 日本観光振興協会**  
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION

### デジタル観光統計オープンデータ (お試し版)

[ホーム](#) > [事業の紹介](#) > [調査研究レポート](#) > [デジタル観光統計オープンデータ \(お試し版\)](#)

### 統計の概要

[デジタル観光統計オープンデータの概要](#)  
[デジタル観光統計オープンデータガイドライン](#)  
[ニュースリリース \(お試し版の提供開始\)](#)

### 集計結果

令和5年 (2023年)

令和5(2023)年9月

[都道府県観光来訪者数](#) [市区町村観光来訪者数](#)

令和5(2023)年8月

[都道府県観光来訪者数](#) [市区町村観光来訪者数](#)

令和5(2023)年7月

[都道府県観光来訪者数](#) [市区町村観光来訪者数](#)

令和5(2023)年6月

[都道府県観光来訪者数](#) [市区町村観光来訪者数](#)

令和5(2023)年5月

[都道府県観光来訪者数](#) [市区町村観光来訪者数](#)

令和5(2023)年4月

[都道府県観光来訪者数](#) [市区町村観光来訪者数](#)

令和5(2023)年3月

### オープンデータ化されたcsvファイル

年	月	地域区分	データ区分	都道府県コード	都道府県名	地域コード	地域名称	人数
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47306	国頭郡今帰仁村	47812
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47308	国頭郡本部町	185614
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47311	国頭郡恩納村	58831
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47313	国頭郡宜野座村	38411
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47314	国頭郡金武町	8276
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47315	国頭郡伊江村	3971
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47324	中頭郡読谷村	44179
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47325	中頭郡嘉手納町	140
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47326	中頭郡北谷町	79871
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47327	中頭郡北中城村	9984
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47328	中頭郡中城村	4413
2022	12	市区町村	観光来訪者数	47	沖縄県	47329	中頭郡西原町	4677

### 連携ダッシュボード「おでかけウォッチャー」

▼ 来訪地フィルター

来訪地区分  
市区町村別  
都道府県・市区町村  
すべて

1日当たり来訪者数 (全期間平均)  
35 58,847

▼ 日時系列フィルター

期間  
2023/10/01 2023/10/29  
曜日 平日/休日  
すべて

来訪者数

来訪地ランキング

来訪地	来訪者数
東京都千代田区	49,458,416
東京都港区	37,380,408
東京都台東区	33,079,850
千葉県津安市	28,901,227
東京都台東区	26,072,397
東京都中央区	24,171,990
東京都小田原市	23,342,470
大宮市大宮市中央区	21,196,738
神奈川県横浜市中区	19,603,263
東京都豊島区	18,781,067
兵庫県三木市	17,955,739
東京都新田区	17,676,954
合計	2,897,785,240

来訪者数推移

来訪地

- 栃木県那須町
- 千葉県津安市
- 東京都千代田区
- 東京都中央区
- 東京都港区
- 東京都新田区
- 東京都文京区
- 東京都台東区
- 東京都豊島区
- 東京都渋谷区
- 東京都豊島区

日別ランキング

年月日	曜日	祝日	来訪者数
2023/05/04	木	みどりの日	11,060,311
2023/05/04	水	みどりの日	10,842,692
2023/05/03	火	憲法記念日	10,279,986
2023/05/03	水	憲法記念日	10,266,896
2023/05/05	金	こどもの日	9,547,518
2022/04/30	土		7,770,913
2022/05/05	木	こどもの日	7,573,450
2023/09/17	日		7,471,507
2023/07/16	日		7,360,125
2023/08/12	土		7,146,682
2022/10/09	日		7,142,391
2023/08/13	日		6,638,766
2022/07/17	日		5,911,396
合計			2,897,785,240

URL: <https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/d-toukei/>

URL: <https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/d-toukei/>

## 「デジタル観光統計オープンデータ」が、従来の調査手法に代替可と認定



第2章 観光地点等入込客数調査

第2章 観光地点等入込客数調査

### 2-8. 人流データによる観光入込客数の把握



#### GPSデータの仕様例

GPSデータの一例として、公益社団法人日本観光振興協会総合調査研究所が提供する「デジタル観光統計オープンデータ」の仕様を下表に提示します。

このデータは、日本国内居住者が測定対象となります。訪日外国人は測定されていません。また、スマートフォンのアプリ利用者が測定対象であるため、アプリ利用率の低い20代未満や70代以上の年齢層は測定されません。これらの属性の補完推計を行う場合には、別途インターネット調査を実施して、補完推計に必要なパラメータを算出するための設問を用意します(第3章8参照)。

各都道府県の観光入込客数(実人数)の推計に最低限必要なデータは、公益社団法人日本観光振興協会のウェブサイトにて無償で公開されています。「デジタル観光統計オープンデータ」の詳細については、公益社団法人日本観光振興協会が提供する資料を参照してください。

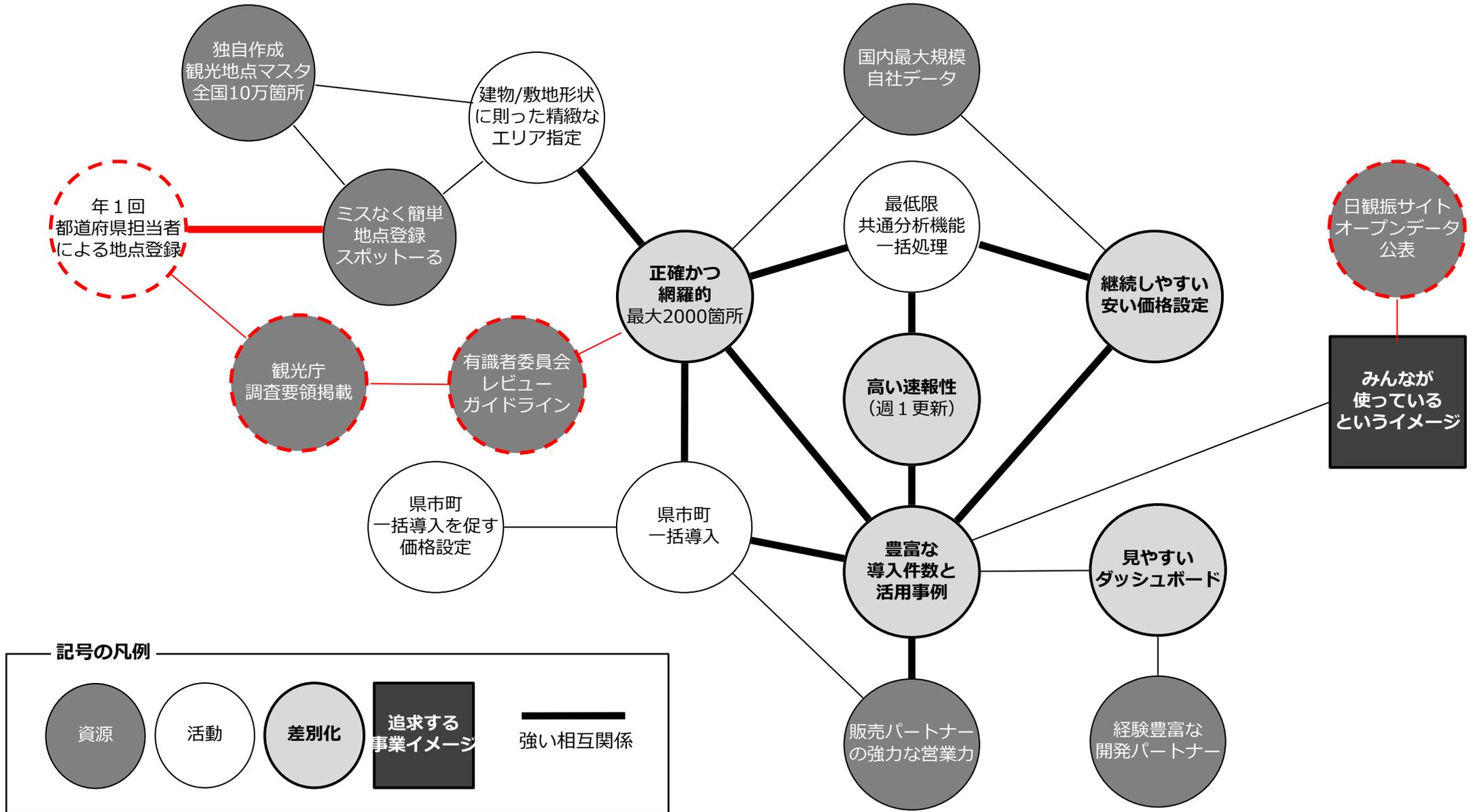
#### ▼「デジタル観光統計オープンデータ」の測定対象の定義

測定対象となる移動	日本国内に居住する者による、観光目的(=観光地点来訪、ただし、通勤目的を除く)のために日常生活圏以外 <sup>*</sup> の観光地点を訪れる移動 ※日常生活圏以外: 自宅からの直線距離が20km以上。ただし、観光地点が勤務地である移動(通勤)を除く。
測定対象となる年齢	20~69歳

#### ▼「デジタル観光統計オープンデータ」の仕様【日本人】

調査対象	日本国内居住者の観光来訪者数(実人数)
------	---------------------

# 活動システムの進化2



# 実践的アプローチのまとめ



### 真の課題（ジョブ）の発見・定義

- ・ 提供価値の持続性：継続的に利用されているかを内省し、再評価する
- ・ 大きな変化への感度：社会状況や技術革新、消費者行動変化から洞察
- ・ 簡潔性の追求：顧客が求めるのは、シンプルで分かりやすい解決策

### 持続可能な価値創出の仕組み

- ・ 強みの活用と協力：自社の強みを生かし、外部パートナーと協力する
- ・ ムダの削減と効率化：機能を最小限に絞り込み、既存のルールを見直す
- ・ ネットワーク効果の最大化：利用者数が自然に増える仕組みを多数構築

# 更なる社会変革に向けて



LOCATIONMind

We Help Your When, Where And Why

# 観光領域における更なる位置情報データ活用

高度通信・放送研究開発委託研究に係る令和6年度新規委託研究の公募（第2回  
課題236）の結果

2024年10月29日

国立研究開発法人情報通信研究機構

**提案課題：**地域観光消費額の準リアルタイム推計手法の確立と社会実装

**提案者：**公益社団法人日本観光振興協会（代表提案者）、東京都公立大学法人東京都立大学、学校法人東洋大学、国立大学法人金沢大学

**概要：**持続可能な観光地経営を支える地域観光消費額の推計手法について、既存統計調査と代替性が高くかつ速報性の高い推計手法を開発し、準リアルタイム推計手法を確立する。また、実証実験を行い、初年度2県、2年目7都道府県以上への導入および事例開発を行い、実用化を進めるとともに、生成されたデータをオープンデータ公表する。

**2026年度成果獲得を目指し、研究開発中**  
**LocationMindはビジネスプロデューサーとして参加**

# 防災・減災・復興対策における位置情報データ活用

能登半島の人口流出について、住民票ベースの値⇔人流データによる推定居住者数を比較

- 2025年1月5日付けの「NHKニュース7」  
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20250105/k10014685211000.html>
- 2025年1月11日(土)17:30～ TBS「報道特集」  
<https://www.tbs.co.jp/houtoku/>

## 県公表データ（住民票ベース）



## LM分析結果（NTTドコモGPSデータ）



LocationMind xPop © LocationMind Inc.

# 地域交通における位置情報データ活用

潜在需要の把握による既存路線の最適化で、バス利用者最大1.5倍に



神姫バス株式会社  
LocationMind 株式会社

神姫バスと LocationMind が協業を開始！

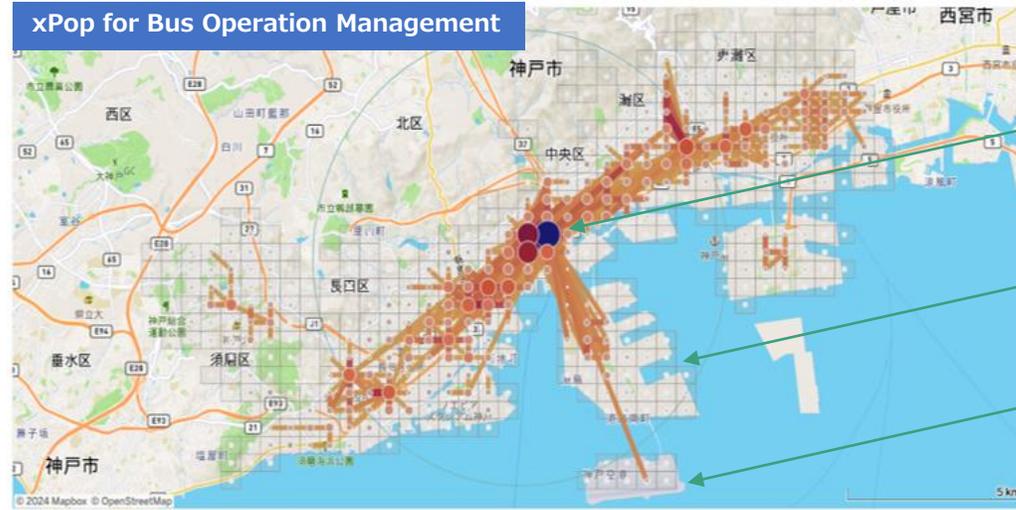
GPSデータを活用し、バス運行ダイヤを最適化へ！！

～GPSデータを本日より取得開始～



兵庫県を拠点に乗合バス事業などを展開する神姫バス株式会社（兵庫県姫路市、代表取締役社長：長尾 真、以下神姫バス）と、東大発の位置情報 AI ベンチャーである LocationMind 株式会社（東京都千代田区、代表取締役：桐谷 直毅、以下 LocationMind）は、GPS データを活用したバス運行ダイヤの最適化を目的に、協業に関する MOU を本日締結しました。これにより、神姫バスが路線バスの GPS データを LocationMind に提供し、LocationMind がデータ分析を行い、共にバス運行の最適なダイヤ編成を目指します。

※神姫バスホームページより  
<https://www.shinkibus.co.jp/sysfiles/wtn/1541/202207011400.pdf>



▲特定地点とそこにつながる人流の多い地域の上位400位まで絞り込み表示した場合（OD量） LocationMind xPop © LocationMind Inc.

## バス業界の課題

運転手不足や経験や勘に頼るデジタル化・データ活用の遅れ

## 解決への取り組み

モバイルGPSデータを活用し、人の時間帯別移動量や移動先・移動元を可視化

三宮と神戸空港へと続くポートアイランドを結ぶ路線で検証

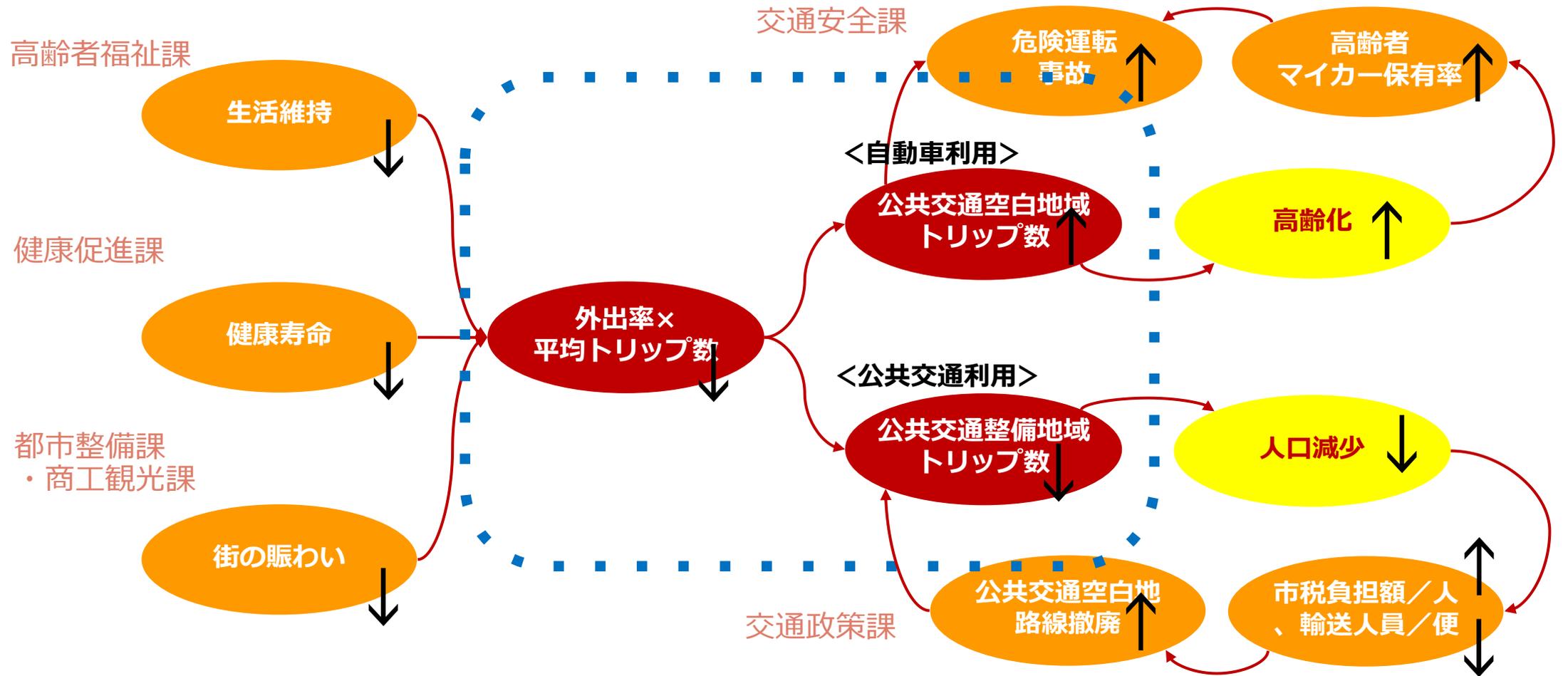
## 検証結果と実際の最適化例

(1) ダイヤ改正  
想定していた18時ではなく、17時半頃に利用ピークを確認  
▶▶全体の運行本数を維持しつつ、ピーク時に合わせて増便

(2) 路線延伸  
バス路線から最寄りの駅までの長距離移動需要を確認  
▶▶路線の延伸により利便性を向上

# 「交通空白」解消に向けた人流指標の開発検討

バランスが適正かをモニタリング、オープンデータ化、成功事例共有・蓄積



## LocationMindの人流データ、地域経済分析システムRESASに採用

～地域の発展と中小企業支援へ貢献～

LocationMind株式会社 2025年3月7日 15時30分



102



位置情報AIベンチャーLocationMind株式会社（東京都千代田区、代表取締役CEO：桐谷 直毅、以下LocationMind）の提供する人流データ「LocationMind xPop」が、このたび、経済産業省中小企業庁事業環境部企画課調査室、内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部事務局の提供する「地域経済分析システム(RESAS)」(以下、RESAS)に採用され、本日同システム上の「マーケティングマップ」「観光マップ」での利用が開始されましたのでここにお知らせします。

地域経済分析システムRESAS

【URL】 <https://resas.go.jp/>

RESAS 地域経済分析システム



## 仮説を根拠へ

RESASは、地域経済に関するビッグデータを地図上やグラフで見える化できる政府のシステムです。

分析を開始する



マーケティング



観光



人口



産業構造



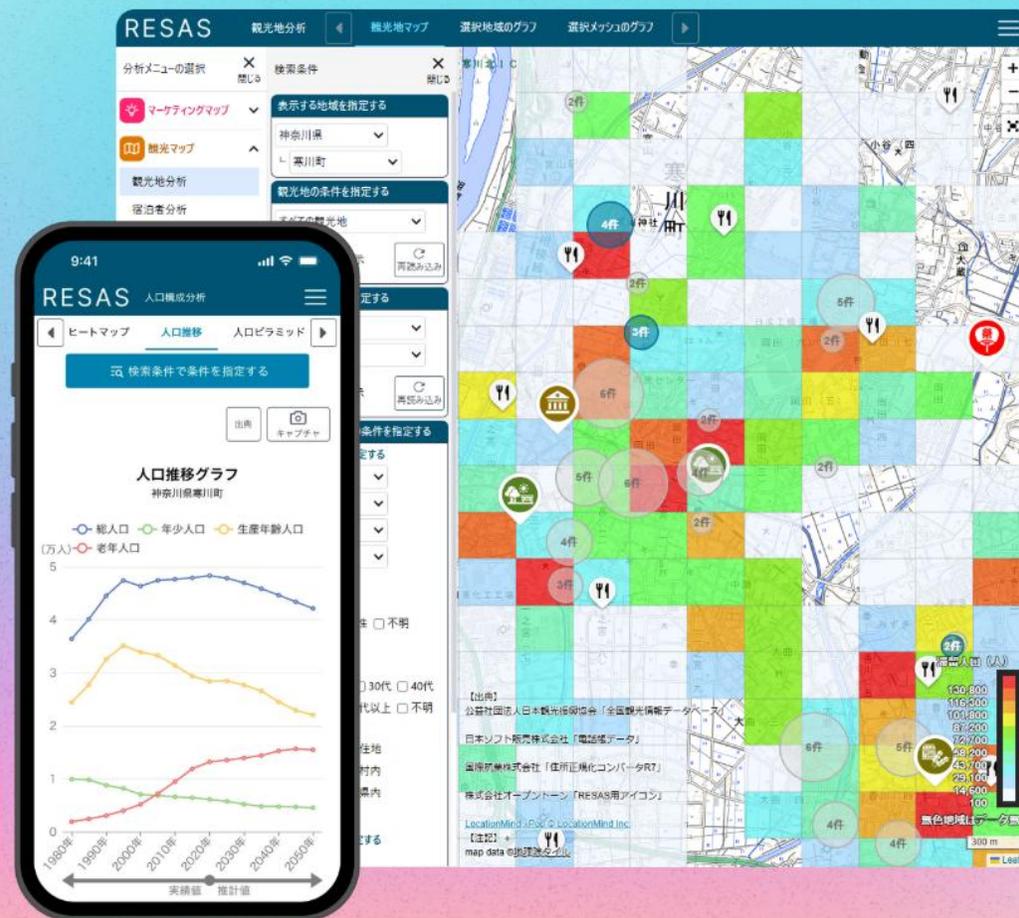
地域経済循環



農林業漁業



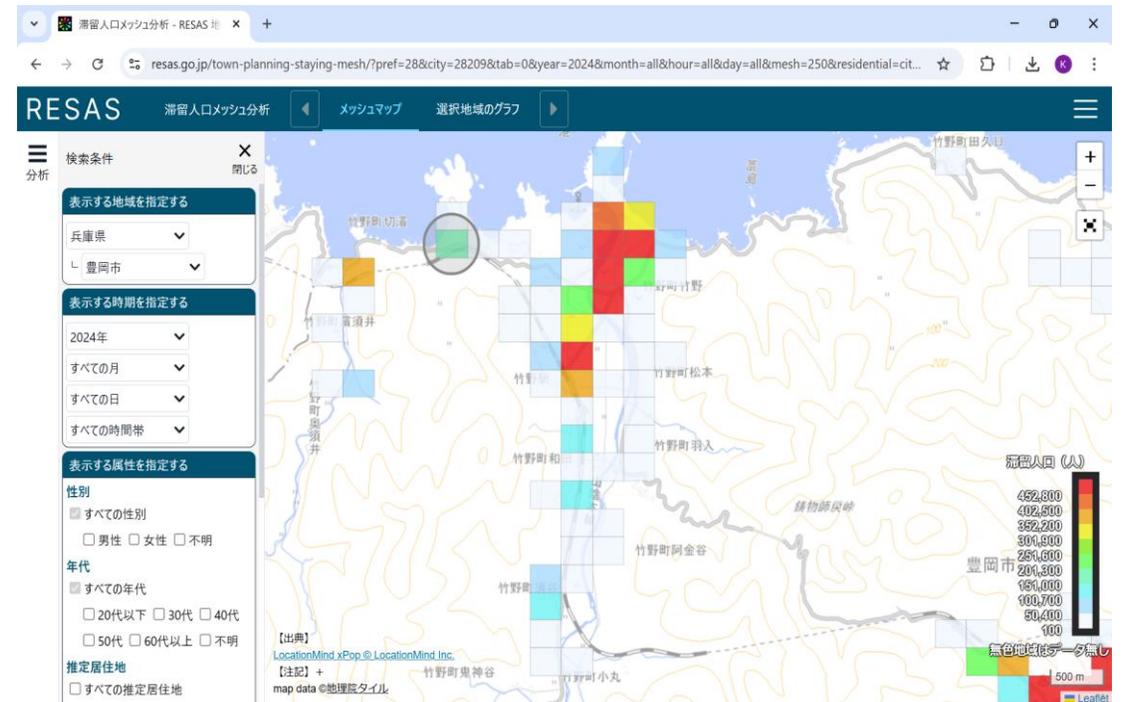
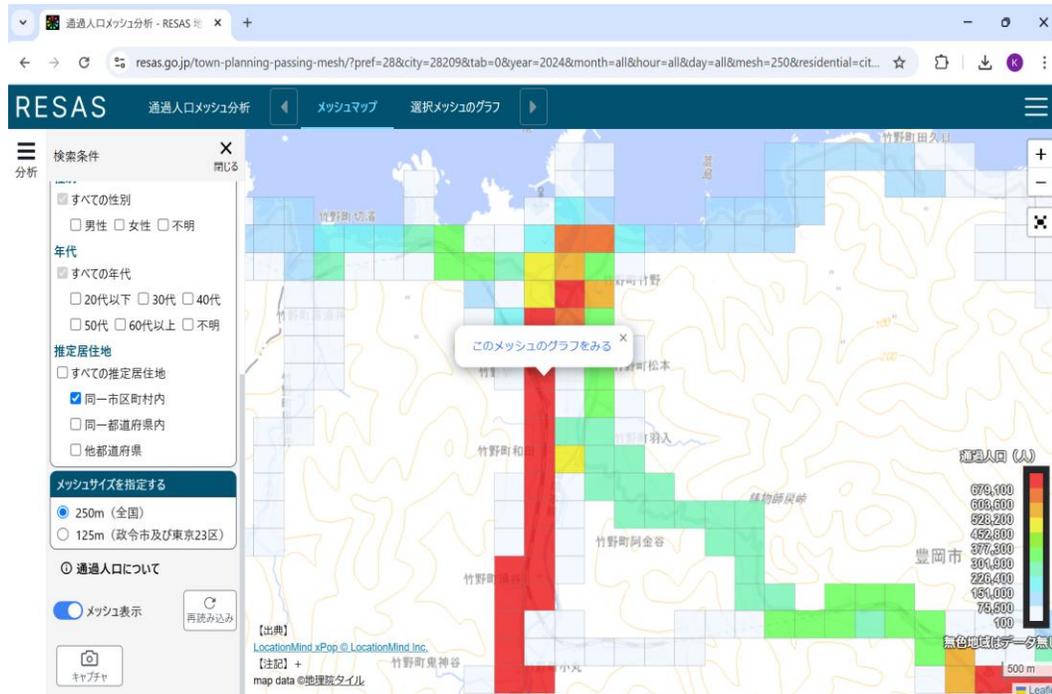
医療・介護



# 無料で使える位置情報分析ツールの公開

## 1. エリア全体の移動・滞留場所を発地別（市内/市外/県外）に把握する

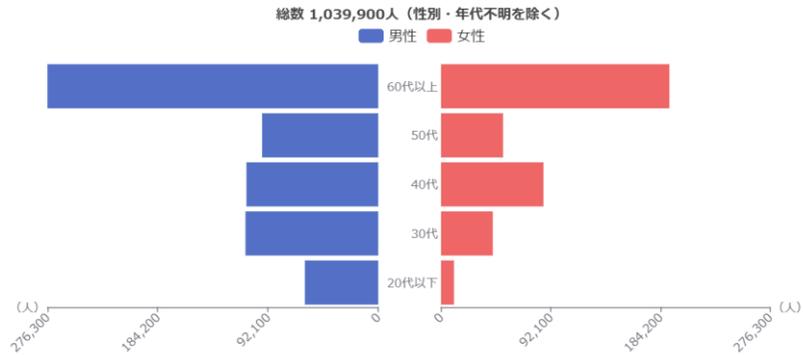
RESAS>マーケティングマップ>通過人口メッシュ分析（又は滞留人口メッシュ分析）



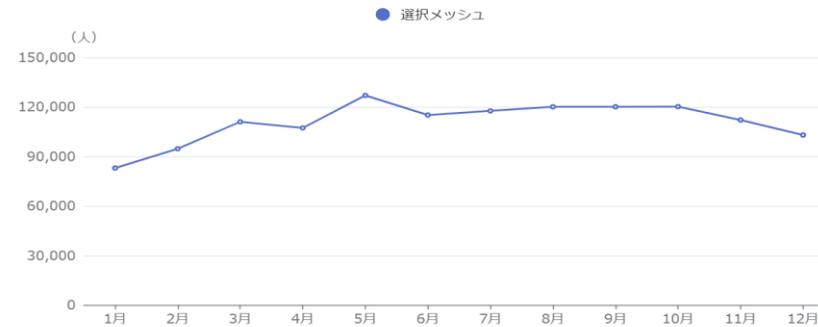
## 2. 特定メッシュにおける移動・滞留者の属性や行動傾向を把握する

### RESAS>マーケティングマップ>通過人口メッシュ分析（又は滞留人口メッシュ分析）

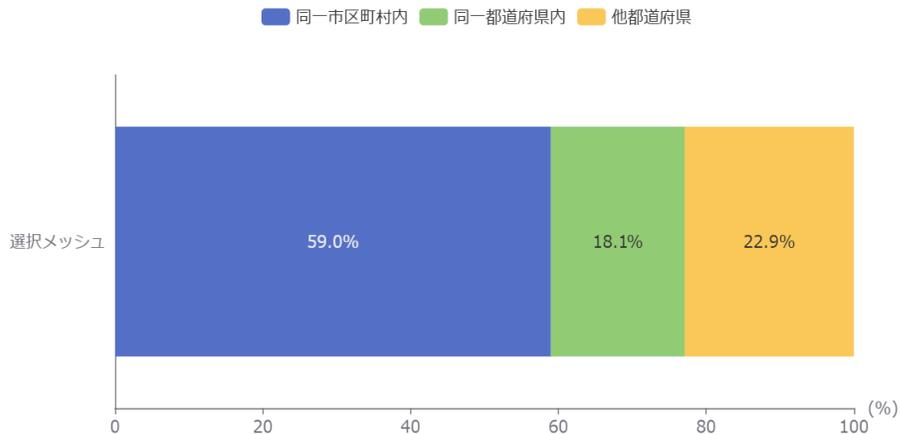
通過人口ピラミッド  
2024年 すべての月 すべての日 すべての時間帯 250mメッシュ  
(同一市区町村内)



通過人口の月別推移  
2024年 すべての日 すべての時間帯 250mメッシュ  
(すべての性別、すべての年代、同一市区町村内)



居住地構成

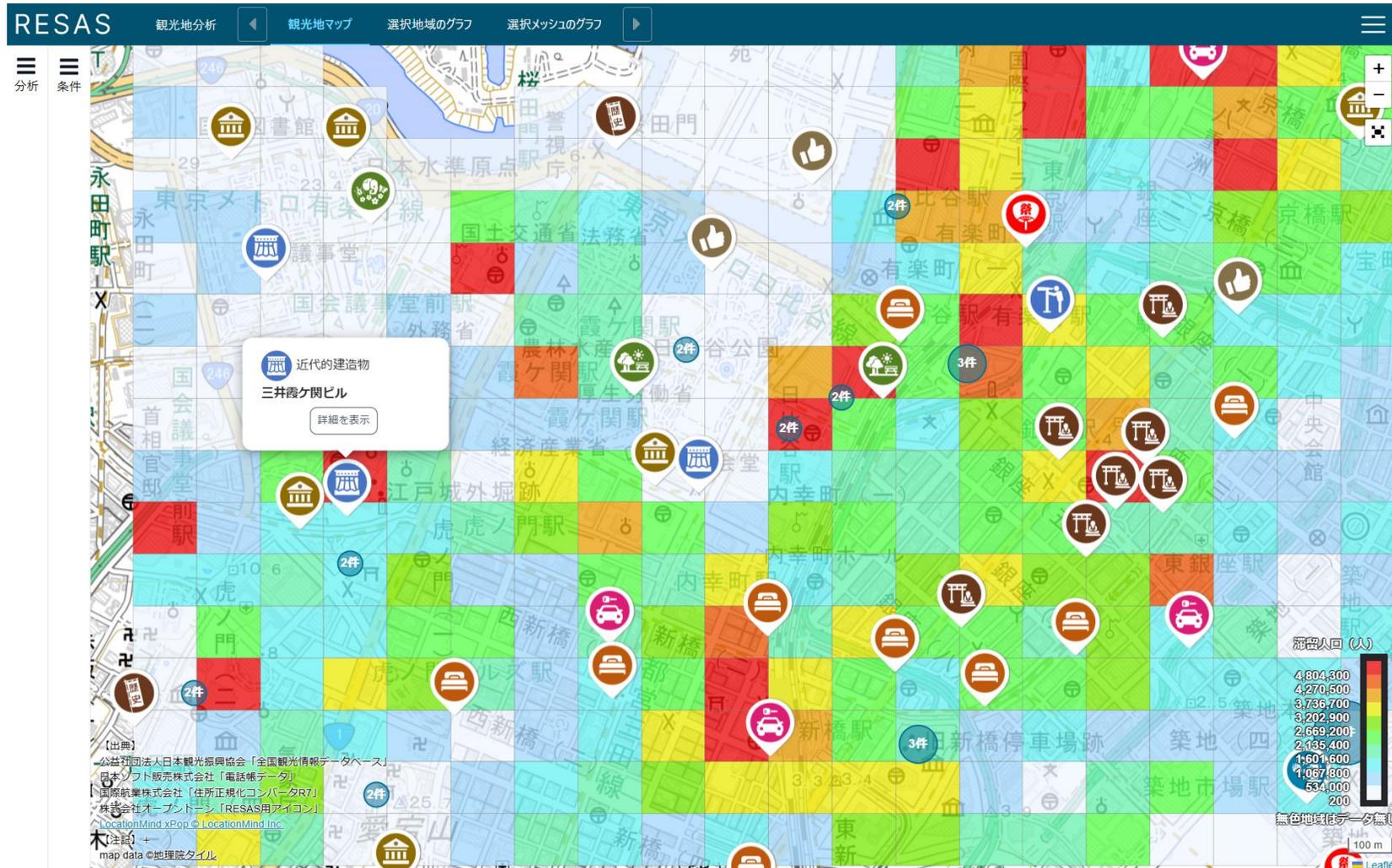


通過人口の時間別推移  
2024年 すべての月 すべての日 250mメッシュ  
(すべての性別、すべての年代、同一市区町村内)



## 3. エリア全体の滞留人口メッシュと全国各地の観光地情報との重ね合わせ

RESAS>観光マップ>観光地分析



## ご清聴ありがとうございました

よろしければ、ご連絡先の交換をお願いします

LocationMind株式会社  
Head of Market Development  
酒井 幸輝 / Sakai Koki

E-mail: [ko\\_sakai@locationmind.com](mailto:ko_sakai@locationmind.com)

