

世界トップクラスの観光地域づくりセミナー

# 観光地域づくりの基本

2025年2月21日

東京女子大学 矢ヶ崎紀子

# 1. 観光地域づくり

- 持続可能な地域づくりのために、**観光という手法**を用いて、地域の課題解決を進める。
- 多様な主体をまとめる**司令塔と観光戦略**が必要  
通常は、観光地域づくり法人（Destination Management Organization : DMO）が、行政と連携して、持続可能な観光地域づくりを推進する。
- DMOは、デスティネーション（旅行目的地）の魅力を高め、域内外との交流を活発化させるために、**マーケティングと観光地域のマネジメント**を実施する。

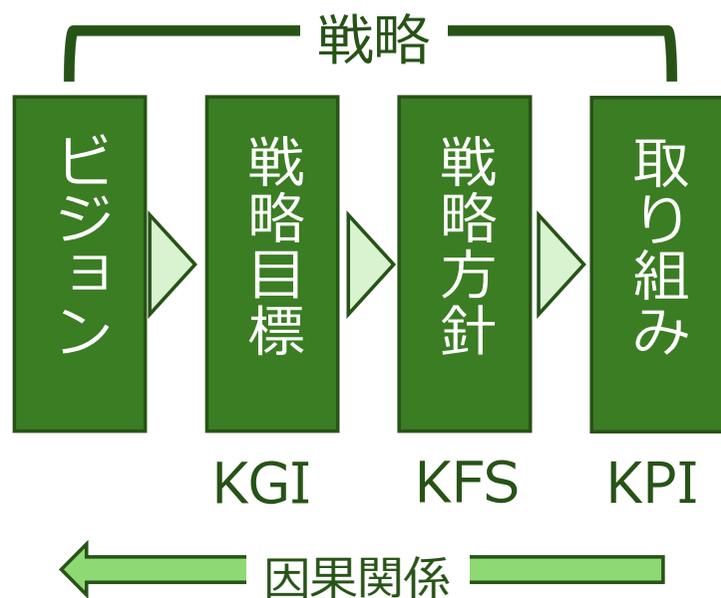
# 観光戦略

## 良い戦略を策定し、地域の力を結集する

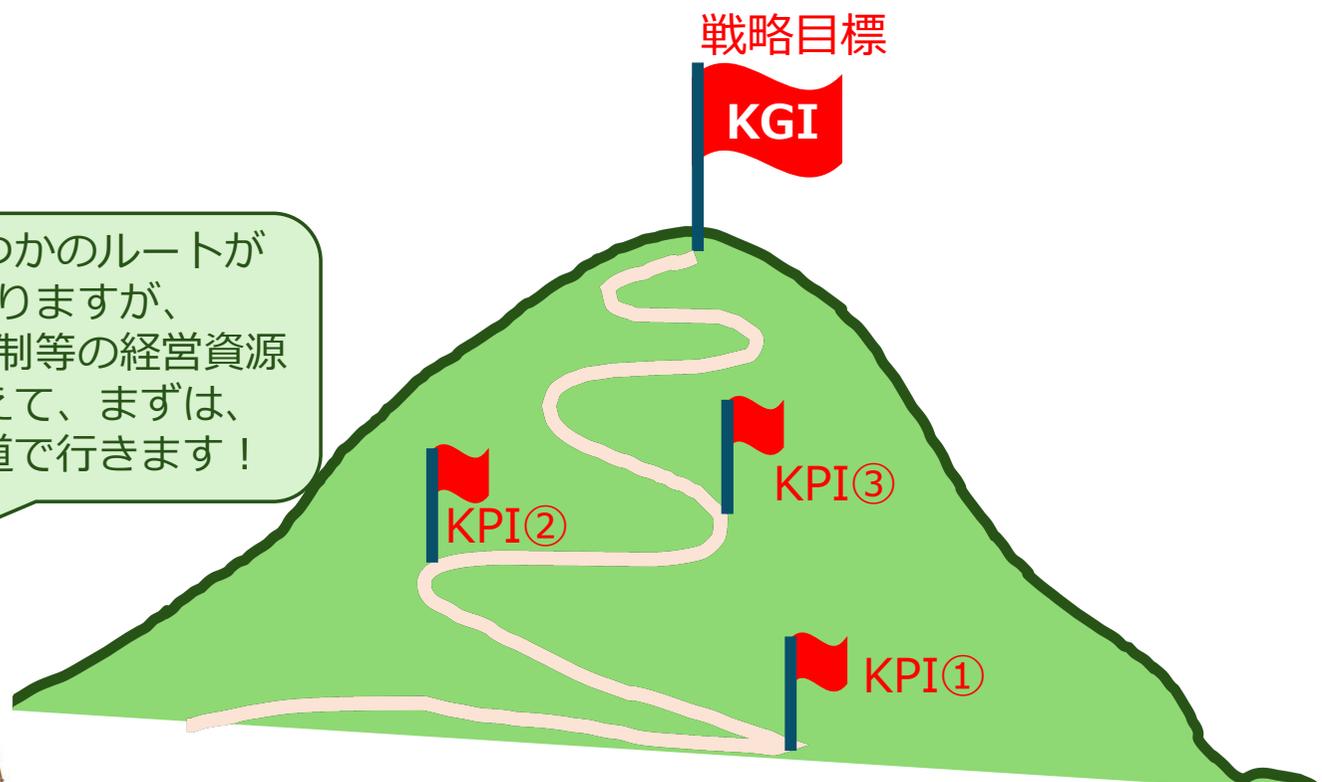
KGI : Key Goal Indicator 「重要目標達成指標」 最終目標

KFS : Key Success Factor 「重要成功要因」

KPI : Key Performance Indicator 「重要業績評価指標」 中間目標



いくつかのルートがありますが、  
人的体制等の経営資源  
を考えて、まずは、  
この道で行きます！



# マーケティングと地域マネジメントのKGIとKPI

住んでよし、訪れてよしの国づくり

DMOの使命

KGI

持続可能な観光地域づくり

経済波及効果

旅行消費額

KSF

消費単価  
の向上

滞在日数  
の増加

来訪者数  
の管理

需要の  
平準化

環境歴史  
文化保全

地域への  
裨益

KPI ①  
地域全体の  
効果  
(観光庁指定)

1人あたり  
旅行消費額

延べ宿泊者数

来訪者満足度

来訪者数の  
平準化率

住民の持続可  
能な観光に対  
する満足度

観光従事者の  
平均給与額

KPI ②  
DMO活動に  
よる直接効果  
(選択制)

例) 旅行商品  
販売額増加率

例) ナイトタイ  
ムツアーによる  
売上増加率

例) SNSに  
よる好評価の  
増加率

例) MICE  
の誘致数

例) GSTC  
研修受講者数

例) 観光従事  
者への観光DX  
支援数

## 2. 地域マネジメント

- 観光振興を実施することの地域合意の形成  
事業者だけでなく、住民の理解促進も
- デスティネーションとしての魅力づくり  
観光資源・コンテンツの開発・維持・磨き上げ  
そのために必要な資源や人材を調達して実施する。
- 地域にメリットがある形での観光経済の発展
- 受入環境整備
- 危機管理対応、オーバーツーリズム対策など
- 観光戦略の策定・PDCA、実施体制づくりと調整

# 特に大事なこと

- 地域での合意形成、観光振興への理解の促進
- マーケティングがうまくいくように、必要な資源・財源を調達し、体制・環境を整備  
→ 観光DXの推進
- 観光消費を地域内で循環させ、観光関連事業従事者の給与・待遇を改善  
→ 地域内循環をデザイン
- 需要の平準化や、事業者間・サービス間の無駄を省いて生産性を向上
- 「住んでよし 訪れてよし」を目指して、キャパシティコントロールや観光客管理を進める

# 地域での合意形成

- 合意形成のプロセスをデザインする
  - ・ ビジョン : 地域全体（自治体と一緒に）
  - ・ 戦略 : 地域の多様な事業者、自治体。地域住民の協力も得る。

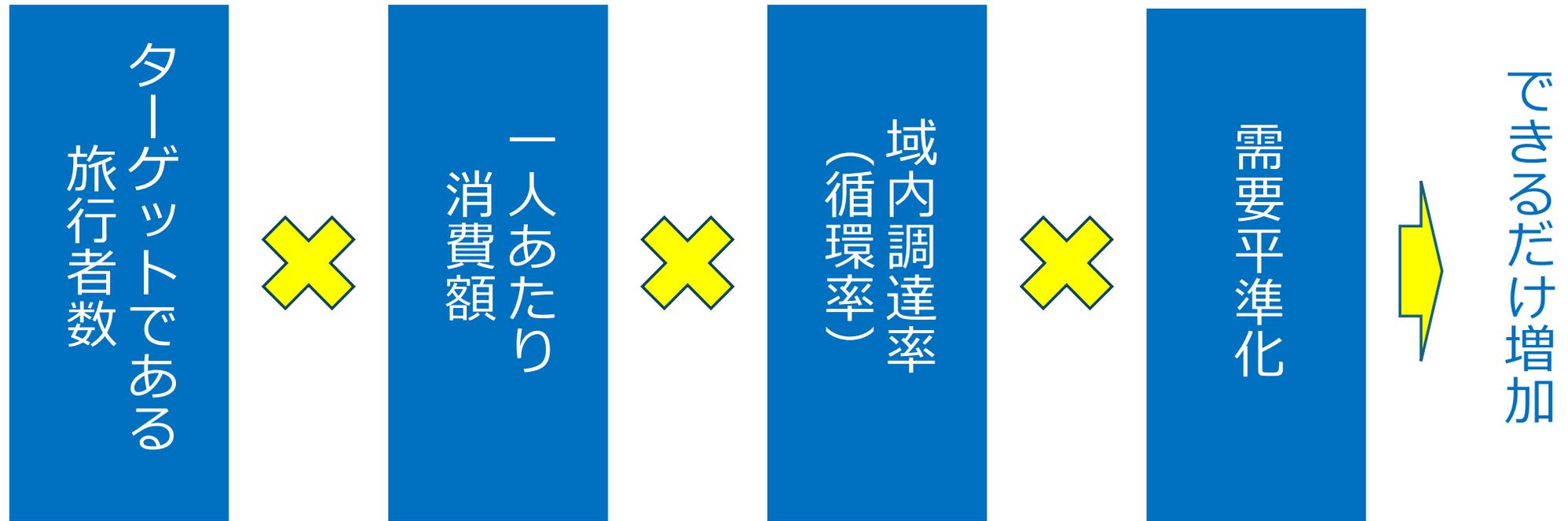
- 事業者間の合意形成は必ずコンフリクトする  
→ ビジネスモデルの違い、ターゲットの違い、経営の違い（外資系、チェーンホテル等）

DMOはビジョンと戦略の方針に則り、ブレないように。

日頃からのコミュニケーション（事業者のビジネスの仕組みと課題を理解し合い、マーケティング戦略会議等を実施）が合意形成の土台をつくる。



# 観光振興による地域経済活性化に必要な要素

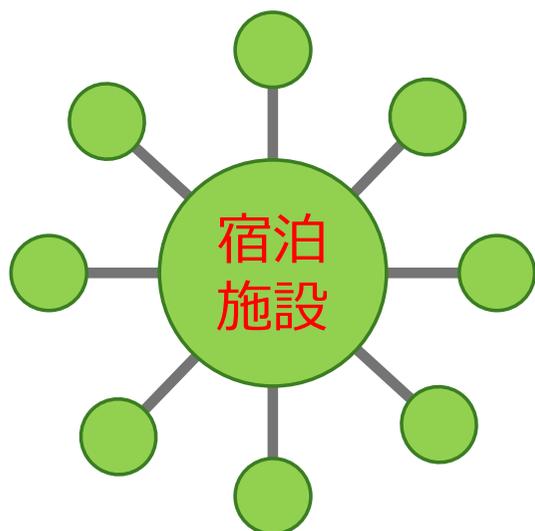


## 配慮事項

- 「住んでよし、訪れてよし」、住民の観光振興への理解
- 観光資源やインフラのキャリング・キャパシティへ
- フリーライダーを排除し、地域に役立つ良い投資を呼び込む
- 人手不足（供給制約）

# 旅行消費の域内循環をデザインする 産業連関分析の可能性を実態化

## ハブ&スポーク型



例) 宿泊施設  
地域の事業者との  
取引が多く、  
地域内に旅行消費  
を循環させる力が  
強い。

ハブを増やす！

- 食材の地産地消
- 地域の伝統・技術を活用した建物・庭・設え・備品
- 地元出身のアーティスト作品
- 地元人材の雇用
- 地元商店との連携
- . . .

## テーマを中核とした バリューチェーン構築

安全・快適に  
歩ける旅

必要なサービス  
(既存、新規)

熊野TBが構築した地域のバリューチェーン  
契約事業者数250社以上

高付加価値旅行？

テーマにふさわしい事業者と連携し、ガイドで付加価値をつけ、地域をよく理解しているツアーオペレーターと組む。

アドベンチャー・  
トラベル？

観光DX

データを積極的に活用しましょう！

# 観光DX：福井県観光データ分析システム「FTAS」

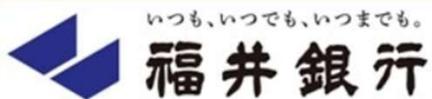
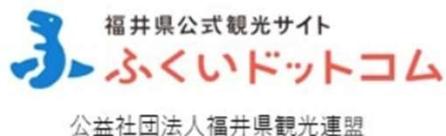


福井県観光データ分析システム

- 観光の実態把握のためのデータを収集し、オープンデータとして公開
- これを活用して、観光コンテンツを磨き上げ・開発し、観光客の満足度を向上し、「稼ぐ観光」を実現する。

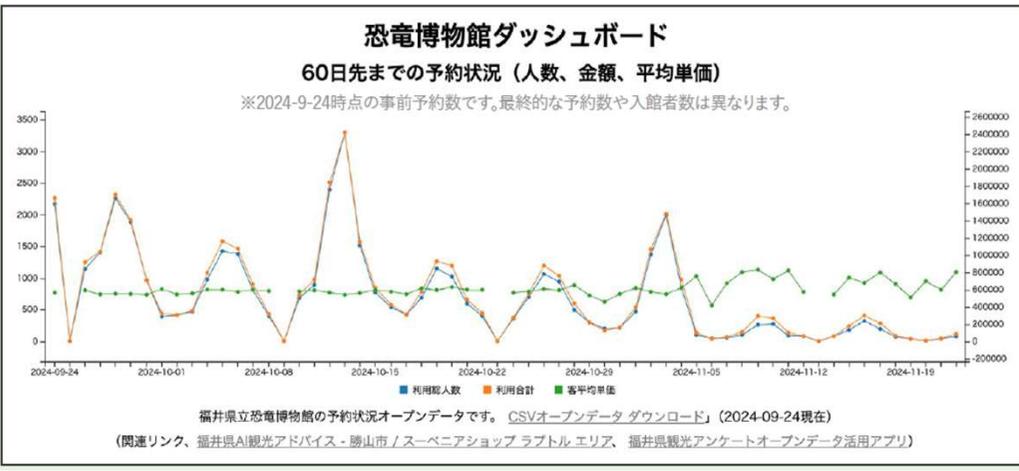
- 1) 今後の観光動向関連
  - 1-1) 恐竜博物館予約状況
  - 1-2) 県内宿泊予約状況
  - 1-3) 「ふくいドットコム」アクセスデータ
- 2) 国内観光客実態について
  - 2-1) HAPPINESSキャンペーンアンケートデータ
  - 2-2) オープンデータを活用した分析ツール
  - データの利用方法について
  - 2-3) 観光客の満足度向上に向けて
- 3) 県域での観光実態について
- 4) 行政関係のみなさまへ
  - 4-1) オープンデータを活用した分析ツール
  - 4-2) 福井県の観光による住民幸福度に関するアンケート結果
- 5) インバウンド関連データについて
  - 5-1) インバウンド関連データ分析ツール
  - 5-2) 北陸インバウンド観光DX・データコンソーシアムによるインバウンドデータ分析ツール
- 6) 各種観光レポート等リンク
- 7) 福井県観光DXについて
  - 7-1) コンソーシアム
  - 7-2) 2023年度の活動について
- 8) 福井県観光DXの活動実績やレポートなど

# — 福井県観光DXコンソーシアム —



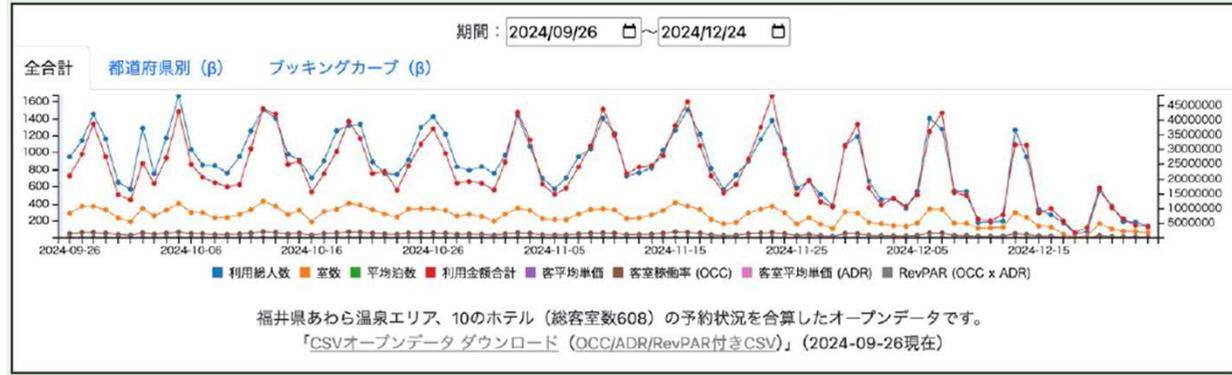
## ■ 恐竜博物館の予約データの活用

60日先までの予約データをFTASにて公開。  
 周辺の土産店等の事業者は、仕入量や  
 人員配置を最適化することが可能に。



## ■ 宿泊予約データの活用

- あわら温泉・小浜・福井駅前の宿泊施設の予約人数・単価等をFTASにて公開。  
 宿泊施設は自地域の予約状況から需要を把握して、価格を変動させるダイナミック  
 クプライシングを実施し適切な価格設定。
- 2024年1月6日～8日の3連休  
 （能登半島地震発生後）の宿泊  
 予約の23%がキャンセルされた  
 ことがFTASからわかり、県独  
 自の宿泊支援キャンペーンの  
 対象地域を北関東から全国に  
 拡大し、需要喚起策を迅速に実施。

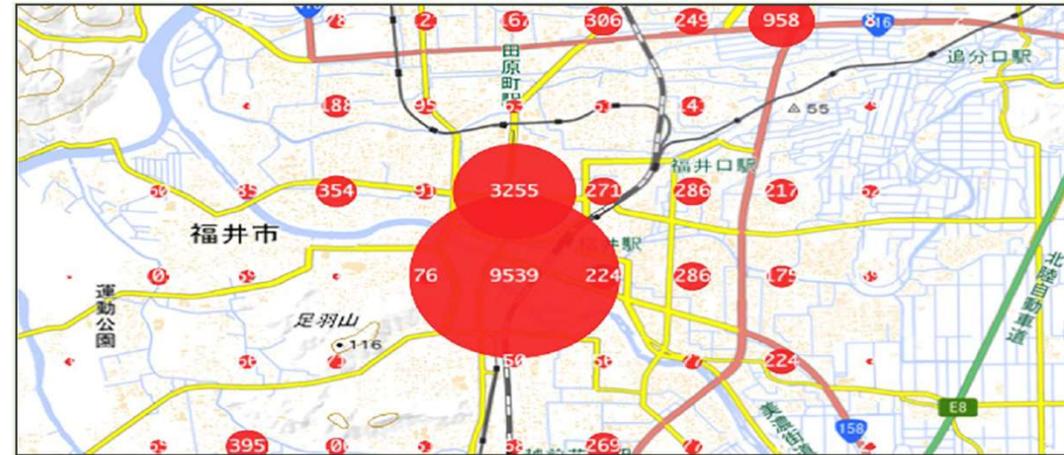


あわら温泉地域 宿泊予約状況 (<https://code4fukui.github.io/fukui-kanko-reservation/>)

資料：観光庁「観光DXナレッジ集」（令和5年度）より作成。

## ■ デジタルクーポンの決済データを活用したマーケティング施策の立案

全国旅行支援の県独自のデジタルクーポン（県内宿泊者15万人、計7億円）の決済データを収集しFTASにて公開。期間・性別・年代・用途等を可視化し、事業者は新規出店の計画立案や自社の分析・改善、ターゲット顧客に向けたプロモーション計画を検討可能に。



場所ごとの、一定期間内で利用されたクーポンの金額 ([https://code4fukui.github.io/fukui-kanko-coupon/?fbclid=IwAR1n1SHTqnMSCD2JXebAiRtqLaYV5nIU\\_GHlHq1pTgEvYHGnLBlrHjzVpFA](https://code4fukui.github.io/fukui-kanko-coupon/?fbclid=IwAR1n1SHTqnMSCD2JXebAiRtqLaYV5nIU_GHlHq1pTgEvYHGnLBlrHjzVpFA))

## ■ アンケートデータを活用した自地域における満足度や消費の把握

県内で実施しているアンケートを収集しFTASにて公開。旅行者の属性、満足度、消費等を把握でき、コンテンツやサービスの造成、プロモーション計画等に活用。



地域別の消費単価の内訳(データ出典:福井県観光連盟)

## 2-1) HAPPINESSキャンペーンアンケートデータ

福井県内 90の観光エリアにQRコード設置



福井県全域での  
アンケート協力数

**58,524**件

北陸新幹線開業後

**18,717**件

2022年度 **18,726**件  
(2022年4月28日～2023年3月10日)

2023年度 **23,258**件  
(2023年4月28日～2024年3月31日)

2024年度 **16,540**件  
(2023年4月1日～2024年10月14日)

# 福井観光エリア満足度ランキング

データ出典：福井県観光連盟 福井県観光アンケートオープンデータ

すべての都道府県 3 件以上のみ有効 (直近 30 日間) 合計1,171件 (満足度を5段階とした平均で算出)

**1位 5.0ポイント (3件) [神楽通り エリア](#)**

**2位 4.8ポイント (5件) [はたや記念館 ゆめおーれ勝山 エリア](#)**

**3位 4.7ポイント (6件) [越前陶芸村 エリア](#)**

**4位 4.7ポイント (6件) [越前海岸 くりや旅館街 エリア](#)**

**5位 4.6ポイント (9件) [JR芦原温泉駅 エリア](#)**

**6位 4.6ポイント (5件) [メガネストリート エリア](#)**

**7位 4.6ポイント (14件) [明通寺 エリア](#)**

**8位 4.6ポイント (19件) [レインボーライン エリア](#)**

**9位 4.6ポイント (7件) [湖上館パムコ \(水月湖\) エリア](#)**

**10位 4.5ポイント (138件) [越前そばの里 エリア](#)**

観光オーブ

# 福井県観光アンケート コメント新着順

データ出典：福井県観光連盟

敦賀市 / 神楽通り エリア



県外の方のみ

厳しいコメント

すべての年代



## 新しい観光施設が多い

会員ID: [170688](#) 回答日時: 2024-11-23 23:07:33 満足度: 満足 NPS: 7 都道府県: 愛知県 年代: 50代 性別: 女

## おしゃれで、価格も手頃。

会員ID: [168161](#) 回答日時: 2024-10-16 19:26:57 満足度: とても満足 NPS: 10 都道府県: 愛知県 年代: 50代 性別: 女

## ゆっくりできる観光案内所があって助かりました

会員ID: [166756](#) 回答日時: 2024-09-23 14:04:38 満足度: とても満足 NPS: 9 都道府県: 三重県 年代: 20代 性別: 女

## 観光案内所がオープンで空き時間に利用しやすかった。

会員ID: [164409](#) 回答日時: 2024-08-22 19:39:19 満足度: どちらでもない NPS: 8 都道府県: 東京都 年代: 40代 性別: 女

## 神楽商店街に観光案内所ができ、カフェもあり、駐車場もでき、活性化されていてよかった

会員ID: [163761](#) 回答日時: 2024-08-14 19:47:34 満足度: とても満足 NPS: 10 都道府県: 大阪府 年代: 30代 性別: 無回答

## 能登イベント、支援に繋がりが良かったです。

会員ID: [105736](#) 回答日時: 2024-07-28 11:52:22 満足度: とても満足 NPS: 9 都道府県: 滋賀県 年代: 40代 性別: 女

## 初めてだけ楽しめたから

会員ID: [161325](#) 回答日時: 2024-07-06 15:15:37 満足度: 満足 NPS: 9 都道府県: 大阪府 年代: 50代 性別: 女

## 観光案内所が綺麗でした。

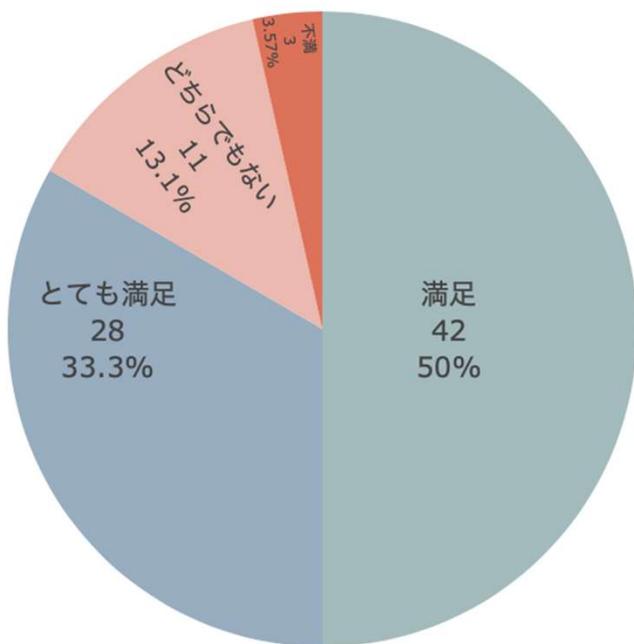
会員ID: [160045](#) 回答日時: 2024-06-13 15:18:19 満足度: とても満足 NPS: 10 都道府県: 京都府 年代: 50代 性別: 女

## 閉まっているお店の方が多かったこと

会員ID: [155394](#) 回答日時: 2024-04-19 01:18:27 満足度: 不満 NPS: 5 都道府県: 東京都 年代: 70代 性別: 女

## 美味しい店を見つけられたから。

会員ID: [155383](#) 回答日時: 2024-04-18 21:03:19 満足度: とても満足 NPS: 8 都道府県: 東京都 年代: 70代 性別: 男



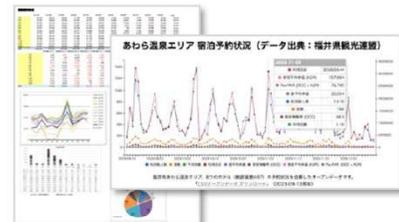
資料：福井県観光連盟「稼ぐ観光を目指して福井県観光DX推進」(2024年10月22日)より抜粋。

# 地域にどう還元しているか？

## データを基に、現状分析と戦略立案支援活動

### ■ 芦原温泉旅館組合（マーケティング委員会）

周辺温泉地の宿泊データも併せての現状分析と新たな施策の協議



あわら市観光協会の方も含めて協議

### ■ 越前おおの観光ビューロー

データで現状把握しながら、SWOT分析を実施



### ■ 勝山市観光まちづくり（勝山DMO）

恐竜博物館の予約データを基に協議



### ■ まちづくり小浜 おばま観光局（小浜DMO）

KDDIの人流データを基に、夏の実態分析



### ■ コンテンツ造成補助事業でデータ分析項目の必須化

■ 令和5年度 観光地域づくり推進事業補助金【民間プレイヤー（DMC）等を対象】

北陸新幹線福井・敦賀開業に向けた観光で「稼ぐ」地域づくりを推進するため、「観光地域づくり推進事業補助金」により、「稼ぐ」観光地域づくりを展開する民間プレイヤー（DMC）、および「宿泊」「食」の地域資源の活用によるブランド力向上や先駆的な「体験」「アクティビティ」コンテンツの新規開発モデル事業を行う観光事業者等への支援を行っております。

# AIを活用した、コンサルティングの自動化

## 福井県観光AIアドバイス

<https://code4fukui.github.io/fukui-kanko-advice/>

※テスト運用中



解析期間: 2023-08-09~2023-08-15

### 福井駅前 エリア アンケート回答件数: 12

- 満足度の理由や不便さの内容から、顧客が福井県でより良い体験をするための提案：
  - 「駅前開発中」などの状況に対する情報提供を強化：Webサイトやアプリ、DMOなどの各種メディアを活用して、開発中のエリアの最新情報を伝え、一時的な不便さを補うための代替案を提案してみてください。
  - 交通のアクセス性強化：特に自家用車を使用する訪問者に対して、駐車場情報の提供や予約サービス、周辺エリアへのナビゲーション情報を提供等を強化してみてください。

- 方法の多様性
  - 観光情報

### 福井駅前 エリア (宿泊施設) アンケート回答件数: 2

- 訪問目的

観光客から指摘された問題点は次の通りです：

- 訪問者の目的に基づいた

1. 電車の待ち時間が長いとの指摘: 電車のスケジュールの見直しや、待ち時間を短縮するような対策を検討することが求められます。

2. バスや電

### 北ノ庄 エリア アンケート回答件数: 8

3. 駅前の再

観光情報の収集方法については、多くの観光客が「インターネット・アプリ」を利用していることがわかります。しかし、「観光パンフレット・ポスターや友人・知人からの情報」も重要な情報源となっています。これは、観光地の情報提供に余地があることを示しています。

具体的な提案としては、次のようなものが考えられます：

1. デジタルマーケティングの強化：多くの観光客がインターネットを頼りに情報を収集しているため、ウェブサイトやソーシャルメディアを用いた情報提供を強化しましょう。例えば、地元のお店やイベントの情報を定期的に更新したり、ユーザーが情報を簡単に共有できるような機能を加えるなどです。
2. カスタマイズされた情報提供：回答者の中には、特定の観光目的（例えば、地元の美味しいものを食べる、名所、旧跡の観光など）で訪れる人もいます。これらの人々に対しては、その目的に合わせた情報を提供することで、より満足度を高めることができるでしょう。

また、一部の観光客は、「スイーツが食べられるカフェや和菓子店の案内がほしい」と述べています。これは具体的なニーズに基づいた要望であり、このような情報を提供することで観光地の魅力をより引き立てることができるでしょう。

### ふくい鮮いちば エリア アンケート回答件数: 2

データから読み取れる情報に基づきますが、観光地事業者に対する一部の提案価値は以下の通りです。

1. 宿泊体験の具体的な改善：データを見ると、「宿でのんびり過ごす」や「温泉や露天風呂」への関心がそれほど高くないことがわかります。これを改善し

### 一乗谷朝倉氏遺跡 エリア アンケート回答件数: 12

2. 観光地

観光地事業者に対して以下の改善点を示します：

1. データによると、観光客は主に「名所、旧跡の観光」と「地元の美味しいものを食べる」に関心があります。したがって、これらのサービスを強化するためのプロモーション活動やイベントなどの情報提供を強化することを推奨します。

3. 情報

### 越前海岸 北部 エリア アンケート回答件数: 2

2. 観光客

上記のCSVデータから問題点や改善点を特定するためには、データの詳細な分析が必要です。しかしながら、一般的な映像コンサルティングの観点から述べると、観光地事業者が考慮すべきいくつかの要素があります：

4. 交通

1. 顧客満足度: CSVデータには、訪問者の福井県に対する満足度や理由が含まれています。これらの情報を分析することで、サービスや展示の改善点を特定できます。

4. また、購

2. 訪問者の関心: 訪問者が地元の美味しいものを食べたいとか、温泉や露天風呂を楽しみたいといった特定の関心を見つけることができます。これらの関心に合わせて、施設やサービスを改善したり、新しいアトラクションを開発したりします。

4. 交通

3. 情報収集: 観光客がどのように情報を収集しているかを把握することで、マーケティング活動を最適化することができます。

4. また、購

4. 交通利便性: 訪問者がどのようにして観光地にアクセスしているのか、または交通手段にどれほど満足しているのかを知ることで、アクセス改善の必要性を判断できます。

4. また、購

具体的な改善点を特定するには、以上の要素を含むデータをしっかりと分析する必要があります。そして、それぞれの観点から、改善策を計画し実行することが求められます。

HAPPINESSアンケート 90のエリア毎に、ChatGPTによる改善提案アドバイス

観光は、  
皆さんの生活、皆さんの地域を  
より良くするための「手段」です。  
基本をおさえて、  
上手に活用しましょう！

ご静聴、ありがとうございました。