

Next Tourism Seminar

Theme2 観光地経営の高度化

(3) サービスの活用

# おでかけウォッチャー

～自治体の観光客分析に特化した人流モニタリングツール



公益財団法人九州経済調査協会  
KYUSHU ECONOMIC RESEARCH CENTER

公益財団法人九州経済調査協会  
事業開発部 渡辺 隼矢

# 1. サービス運営主体



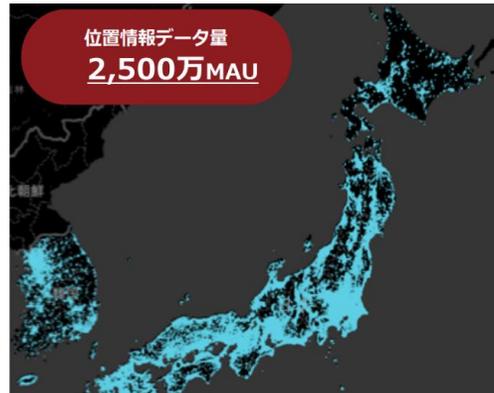
## 株式会社 ブログウォッチャー

所在地 東京都中央区新川1-3-17 新川三幸ビル

設立 2007年

### 事業概要

- **位置情報データプラットフォーム事業**「Profile Passport（プロフィールパスポート）」事業
- ロングテールSEO対策キーワードマッチ事業



公益財団法人 九州経済調査協会  
KYUSHU ECONOMIC RESEARCH CENTER

所在地 福岡市中央区渡辺通2-1-82 電気ビル共創館

設立 1946年

### 事業概要

- 九州を中心に地域経済・産業・社会の調査研究（自主研究および受託調査）を行う、内閣府認可の民間シンクタンク
- **九州経済白書**、**九州経済調査月報**、**図説九州経済**等の発行
- ビジネスライブラリー「**BIZCOLI**」の運営
- 地域経済データプラットフォーム「**DATASALAD**」の運営



**BIZCOLI**  
BIZ COMMUNICATION LIBRARY





価値あるフレッシュなデータで  
地域経済の動きが読める  
ビジネスがもっと美味しくなる

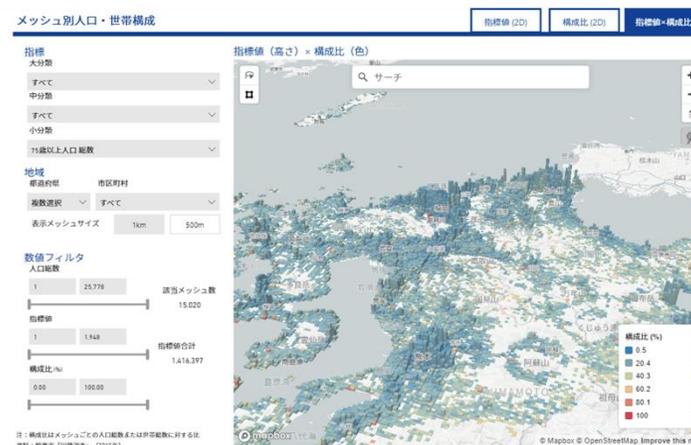
「オープンデータ」や「ビッグデータ」を収集・解析  
九州地域(九州・沖縄・山口)をはじめ全国各地の地域に密着した情報やデータ  
スピード感があり効率的な経営判断・投資判断につながる経済情報  
事業計画や経営計画にマーケティングに  
身近でいつでも使える新たなデジタル情報サービス

<https://datasalad.jp/>

## 画面例①：宿泊稼働指数



## 画面例②：メッシュ別人口・世帯



## II. おでかけウォッチャーについて



## 📍 名称

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

## 📍 目的

- コンセプトは「**デジタル観光統計を身近に**」。観光に係わる人流の可視化による政策立案の支援。ひいては観光産業や観光による地域の活性化

## 📍 特徴

- スマートフォンの位置情報データ**を活用した**観光入込に特化したマーケティングデータ**の提供ならびにコンサルティングサービス
- スマートフォンの位置情報に関するビッグデータは、位置情報マーケティング事業を展開するブログウォッチャーからの提供（**3,000万MAUの位置情報データ**（Profile Passport）を活用）
- 観光スポットごとの人流データを**日次で把握可能**



※MAU:月あたりアクティブユーザー数

- (株)ブログウォッチャーが抽出・加工した位置情報データを、さらに当会が可視化用に加工し、BI（ビジネスインテリジェンス）ツールを用いて可視化

## 保有・登録データ

GPS位置情報データ  
3,000万MAU  
うち性年代属性付き500万MAU

×  
域内観光スポット情報  
任意指定 ～数千ヶ所

## データ加工

準リアルタイム解析  
データマート

- 推定居住地・職場情報を基に非日常生活圏の流動を抽出
- 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

## 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100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

- 📍 **観光スポットを訪問・滞在したユーザー数をカウントし、日単位で算出・集計**
  - ・ 事前に範囲指定した観光スポットに、位置情報ログが2回以上記録されたユーザー数を集計
- 📍 **非日常生活圏における人流（観光人流）のみ集計対象**
  - ・ 発地（推定居住地）から20km以内の移動、および職場への滞在は集計対象外に
- 📍 **拡大推計を実施し、実際の来訪者数に近い数値を算出・掲載**
- 📍 **市区町村単位の実来訪者数（日単位）も集計・公表**
  - ・ 市区町村内のいずれかのスポットを訪問したユニークな人数を集計
- 📍 **データは毎週木曜日更新し、先週の月～日曜日分の来訪者数を掲載（準リアルタイムデータ）**
- 📍 **データは全てダウンロード可能**
  - ・ 「おでかけウォッチャー」のコンテンツを利用する際は出典を明記してください。

## 📍 なにが？

- 任意観光スポット3ヶ所と市区町村の日別来訪者数

## 📍 いつ？

- 月曜～日曜までのデータが翌木曜日に提供

## 📍 どのように？

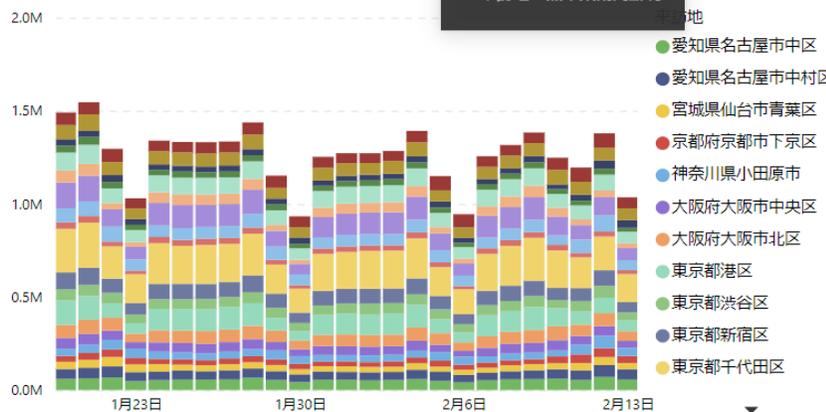
- 地図・グラフ・ランキング形式でわかりやすく表現

**500以上の自治体・観光協会様が  
利用開始**

来訪者数



来訪者数推移



来訪地ランキング

来訪地	来訪者数
大阪府大阪市北区	1,581,616
兵庫県神戸市中央区	1,551,917
愛知県名古屋市中区	1,409,648
東京都渋谷区	1,340,720
愛知県名古屋市中村区	1,202,783
大阪府大阪市中央区	1,198,213
東京都品川区	1,152,790
神奈川県小田原市	1,022,057
宮城県仙台市青葉区	855,170
東京都立川市	797,353
京都府京都市下京区	795,465
東京都墨田区	756,642
合計	130,941,447

日別ランキング

年月日	曜日	祝日	来訪者数
2022/02/12	土		7,893,279
2022/02/11	金	建国記念の日	6,866,429
2022/01/22	土		6,323,739
2022/01/29	土		5,866,455
2022/02/05	土		5,527,361
2022/01/21	金		5,459,561
2022/02/13	日		5,420,875
2022/01/23	日		5,330,264
2022/01/30	日		5,329,340
2022/01/28	金		5,239,451
2022/01/20	木		5,114,524
2022/02/04	金		5,020,024
2022/02/06	日		5,019,958
合計			130,941,447

		日本観光振興協会 デジタル観光統計 ※2023年10月公開開始	基本機能（無償）	プレミアムサービス（有償）
利用可能範囲		自治体・民間等問わず 誰でも利用可能	行政・自治体・DMO・観光協会所属の方限定 ※民間企業の方はプレミアムサービスの一部プランのみ利用可能	
ダッシュボード		<ul style="list-style-type: none"> <li>来訪地分析 (県・市区町村、月次)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>来訪地分析 (市区町村／個別3地点、日次)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>来訪地分析 (市区町村／個別最大2,000地点、日次)</li> <li>発地分析 (市区町村／個別地点、日次)</li> <li>属性分析 (市区町村／個別地点、日次)</li> <li>周遊分析 (個別地点間、日次)</li> <li>発地・属性クロス分析 (来訪地・周遊、月次)</li> </ul>
データ期間		<ul style="list-style-type: none"> <li>2021年1月以降</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021年10月以降</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2019年1月まで遡及可能 (性・年齢属性は2021年1月まで)</li> </ul>
個別地点指定条件	粒度・範囲	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>単一の250mメッシュ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>単一または複数の250m・10mメッシュ (任意形状での範囲指定が可能)</li> </ul>
	発地からの移動距離	<ul style="list-style-type: none"> <li>20km以上で固定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20km以上で固定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20km以上または0.5km以上から選択可能</li> </ul>
	職場	<ul style="list-style-type: none"> <li>除外で固定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>除外で固定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>除外・包含を選択可能 (→ 観光分野以外でも活用可能)</li> </ul>

注) プレミアムサービスの料金は、登録する観光スポットの数により異なります (詳細はお問い合わせください)  
表示データの要件、ダッシュボード等は今後変更する可能性があります



- 📍 日本観光振興協会にて、おでかけウォッチャーと同じ位置情報データ・推計ロジックを用いた、2021年1月以降の月別・市区町村単位の観光入込客数を算出
- 📍 オープンデータとして、官民間問わず誰でも利用可能
- 📍 同月の観光入込客数を翌月に掲載（迅速な観光データ）



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)

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  
都道府県観光入込客数 市区町村観光入込客数

令和5(2023)年8月  
都道府県観光入込客数 市区町村観光入込客数

令和5(2023)年7月

## デジタル技術を活用した観光入込客数調査データ 2023年9月β版無償提供開始

【目的】日本国内居住者の都道府県／市区町村観光目的入込客数を月次把握

- **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し、予め設定した調査地点来訪者をユニーク人数集計した上で、都道府県別人口にあわせて拡大推計を実施
- **観光客定義** 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設定（β版）、6～11月にかけて都道府県が地点変更・追加（確定版）
- **データ項目** 全国都道府県・市区町村月別観光入込客数
- **提供開始予定** 2023年9月～β版提供、2024年1月～確定版提供
- **提供価格** 無償 ※日本観光振興協会ホームページよりオープンデータとして提供

出典) 日本観光振興協会Webサイト 特設ページ  
<https://www.nihon-kankou.or.jp/home/jigyou/research/d-toukei/>

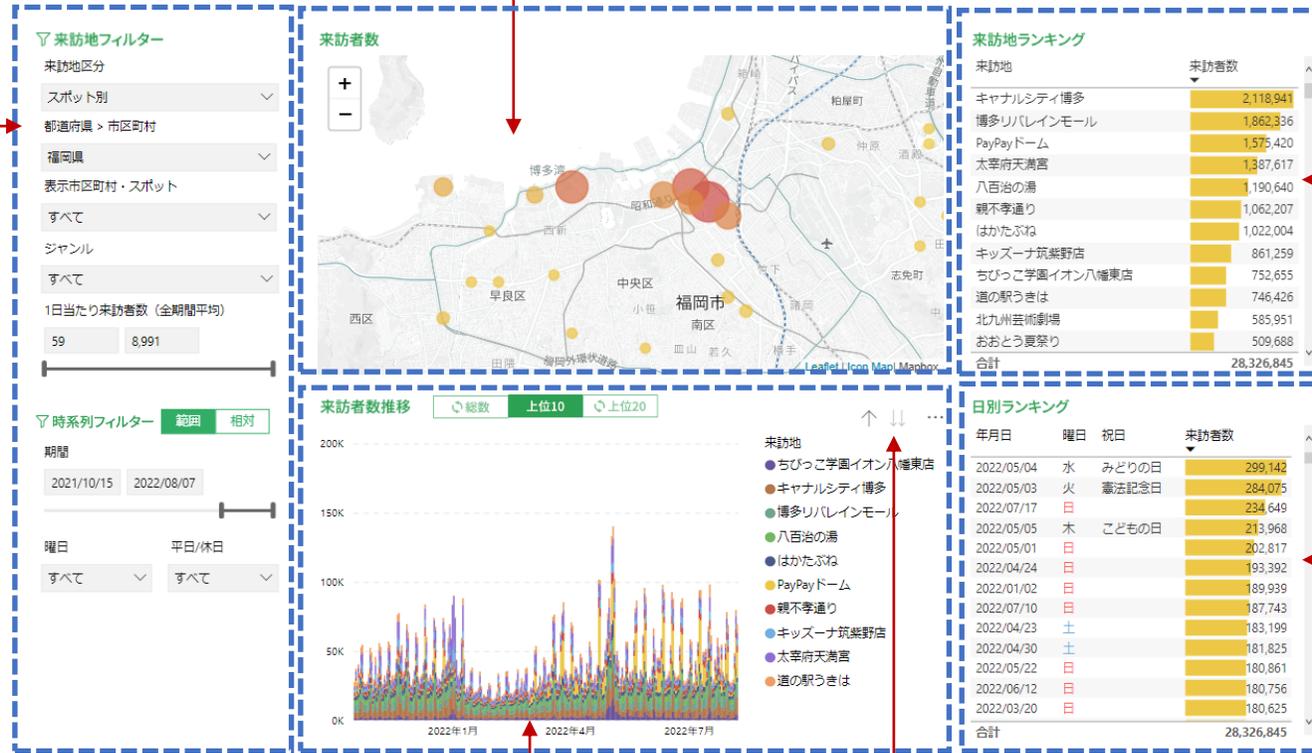
共通：地図やチャート、表の上にマウスオーバーすることで、具体的な値など補足情報を表示

## 指定した期間中の来訪者数（期間合計）を地図上に可視化

※円の大小・色の濃淡は来訪者数を示す  
(円大濃 > 円色淡)

### 地域 / スポット、期間のフィルター

- 来訪地の絞り込み
- 期間や曜日の絞り込み
- 来訪者規模（日平均）の絞り込み



指定した市区町村/スポット別来訪者数ランキング（期間合計）を表示  
列名をクリックすることでソートが可能

指定した期間内の日別来訪者数ランキング（市区町村/スポット合計）を表示  
列名をクリックすることでソートが可能

スポット別来訪者数の日別推移を表示  
※複数スポット指定の場合、期間合計来訪者数 総数 / 上位10位 / 20位を表示

右上のオプション機能で、週次や月次への表示切替、及びデータのエクスポートなどが可能

# 観光にまつわるこんな悩みを「おでかけウォッチャー」で解決



## ■ 時間がかかる…

必要な集計・分析を都度依頼  
時間をかけて可視化が必要

## ■ 分析方法がわからない…

観光動態把握に必要な分析方法が分からない  
汎用的な分析ツールでは対応できない

## ■ 詳細な分析ができない…

データ量が限定的で、地域スポットや日別や  
時間帯別等の細かな分析に対応できない

## ■ 費用が高い…

調査レポート費用が高額で気軽に依頼できない

## ✓ すぐにグラフ化！

データ分析初学者でも扱えるグラフィカルな可視化ツールを提供。データも自動更新  
(週次) され、常時最新の情報をキャッチアップできます

## ✓ 簡単に分析可能！

過去10年間、250以上の自治体・官公庁案件での分析ノウハウを凝縮。発地/属性/  
前後別周遊分析ほか、プロモーションや受入環境整備に役立つメニューを多数用意

## ✓ 日本トップクラスのデータ量！

月間3000万アクティブユーザーから明示的な同意を得て取得される、豊富なデータ量  
をベースに、実来訪人数数百人程度の場所や日別・時間帯別でも分析可能

## ✓ まずは無償版から！

基本機能は無償提供。スポット数に応じて月額数万円からの有償メニューを用意



# 全国各地での活用事例

様々なシーンで、おでかけウォッチャーを活用した取り組みが進んでいます。

機関区分	活用シーン	事例
市町村	1-1. 顧客ニーズの理解	想定以上に人が集まっていた潜在観光スポットを発見！
	1-2. 重要スポットの定点観測	誘致に成功した大型商業施設利用者の地域回遊状況を把握
	1-3. 誘客施策の立案評価	宿泊促進キャンペーン泊数上限の3倍以上の客数増を実現！
	1-4. 消費拡大施策の立案評価	スタンプラリーに誘導すべき顧客層を特定し、周遊促進
都道府県	2-1. 市町村観光DX基盤構築	実証地域を募り、県・市町村・事業者一体となり分析
	2-2. 市町村向けマーケティングデータ提供	職員自らが分析して観光協会や事業者へ動態レポート提供
	2-3. 観光情報サイトのコンテンツアップ	地元民や雨の日など独自ランキング発表により観光分散化
	2-4. 観光統計のデジタル化	既存の観光入込客数調査からの切り替えを検討

想定以上に人が集まっていた潜在観光スポットを発見！

## 目的・背景

- 人流データをもとにした現況把握及び施策の導出  
重要（来訪者数または変動幅が大きい）な観光スポットの特定

## 調査仕様

- 期間①：2020年7月～2021年7月 期間②：2021年7月～2022年7月
- スポット毎、ジャンル毎のランキング順位及び変動を分析

## 分析結果

- **人気があると認識していなかったお土産店がランキング上位に表出した。**
- 2020年から2021年にかけて、最もランキングを伸ばしているジャンルは設定スポット数が少ない「その他」を除くと「温泉・スパ」となっていた。

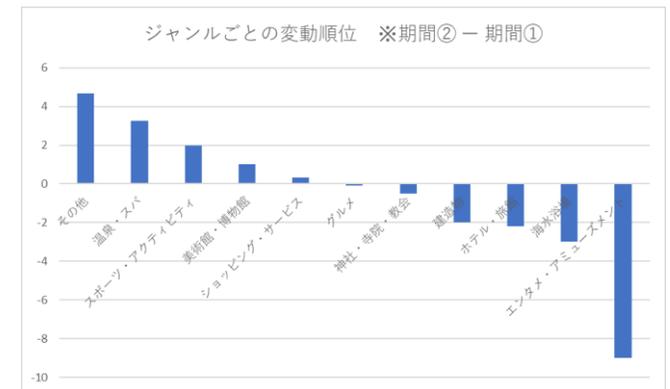
## 得られた示唆

- 土産物店の人気拡大により誘客ができる可能性をデータで示すことができた
- 温泉に関するプロモーション施策の効果が得られた

来訪地ランキング



ジャンルごとの変動順位 ※期間②－期間①



## 宿泊促進キャンペーン泊数上限の3倍以上の客数増！想定外の波及効果を発見

### 目的・背景

- 宿泊促進キャンペーン効果検証
  - コロナ影響を受けたホテル・宿泊地の早期回復を狙って実施

### 調査仕様

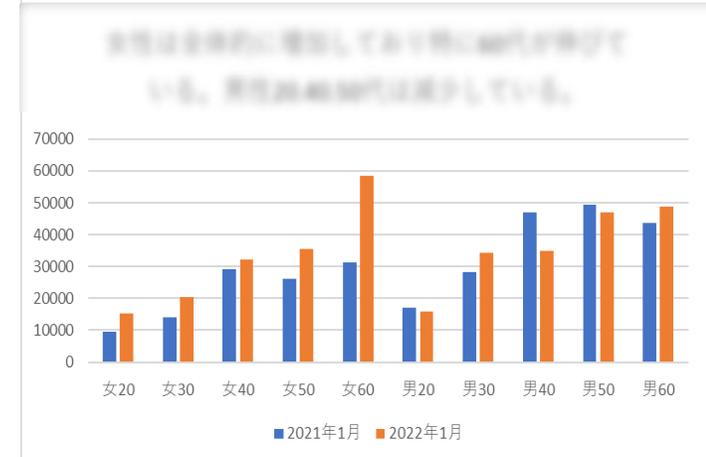
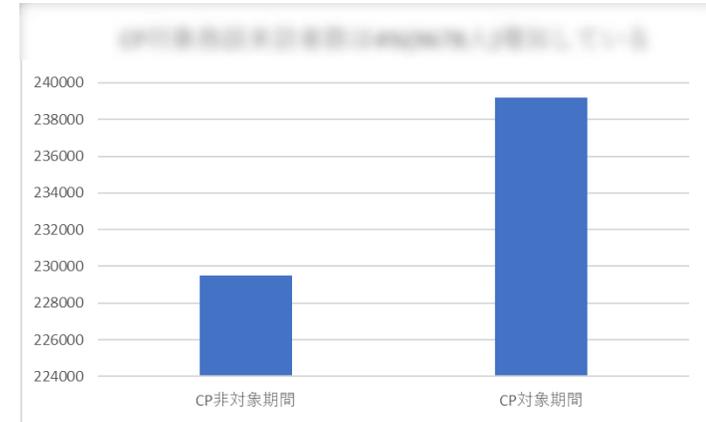
- 期間 ① キャンペーン開催時期 ② キャンペーン非開催時期
- 対象 キャンペーン参加宿泊施設および周辺の主要観光スポット

### 分析結果

- キャンペーン参加施設でCP枠上限を大幅に上回る客数増
- とりわけ60代の女性の観光客数が復活
- 周囲の観光スポットの周遊にも繋がっている

### 得られた示唆

- 次回キャンペーンの実施にむけて、若年層向けの施策優先度向上



## 地元民や雨の日など独自ランキング発表により観光分散化

## 目的・背景

- 観光情報サイトでデータ活用し、新たな地域の魅力を伝えるとともに、観光スポットの混雑緩和や渋滞問題を軽減したい。

## 調査仕様

- 県内の観光スポットを1,000箇所以上登録し、期間別、属性別、県民・県外客の観光客数や増減率をもとにランキング作成

## 分析結果

- 産業観光施設：県外客1位の施設は、県民には不人気。県民1位は別の施設。
- 離島：10～3月で1位の場所と、4～9月（GWや夏休み）が1位の場所が逆転。県外客に1番人気はまた別の場所。

## 得られた示唆

- 人気ランキングはジャンル別に比較することで分かりやすくなる。
- 「増減率」で話題性のあるスポットを、県民・県外客の比較で普段気づきにくい観光スポットの再認識が可能になる。
- 前後別周遊分析により、滞在伸長や時差来訪に繋げることもできそう。



# 観光DXコミュニティ 30日間チャレンジのDay24~28で分析事例や自治体での活用事例を紹介しています！

**ビッグデータに基づく統計値の正確性**

○ おでかけウォッチャーでは、拡大推計を通じて実際の来訪者数に近い数値を算出しているが、推計を伴う以上、実際の人数とは少なからず誤差が生じる  
 ○ 統計値の数字自体ではなく、それが時間属性（季節、曜日、イベント日・非イベント日）の違いで増えたか減ったか、他の地点と比較して多いか少ないかなど、別の数字と比べることがより重要  
 ○ なお、誤差の問題は他のビッグデータでも同様に生じる。また、各施設による観光施設入込数も、集計方法（レジ通過数、駐車台数、有料スペースチケット枚数等）は様々であり、同一の基準ではないのも現状

1,000万人を上回ってる！

※比較期間から同地点の目標を1,000万人と定め、その達成度の評価であれば◎

Copyright (C) 2023 Kyushu Economic Research Center, Blogwatcher Inc. All Rights Reserved. ブログウォッチャー

**分析例② 観光客数増減の可視化・比較**

○ おでかけウォッチャーの来訪者数データを用いて、市区町村、観光スポット毎の来訪者数の増減を数値化し、表・グラフ等でのビジュアライズ、比較分析が可能  
 ○ 下図では宮古島市内の観光スポットを対象に、横軸に2019年、縦軸に2022年の来訪者数をとった散布図を作成施設（施設ジャンル）毎にコロナ禍からの回復傾向を可視化・比較した

図 スポット別来訪者数比較（宮古島市、横軸・2019年、縦軸・2022年）

出典）九州経済調査協会「2023年版九州経済白書」

※ 来訪地分析のデータ期間は、基本サービスは2021年10月以降、プレミアムサービス（有償）は2019年1月まで遡及可能

Copyright (C) 2023 Kyushu Economic Research Center, Blogwatcher Inc. All Rights Reserved. ブログウォッチャー

**日帰り客の行動を捉えて課題を特定 | 京都府乙訓エリア**

乙訓エリアはアクセスも良く、アサヒグループ大山崎山荘美術館や長岡京などの観光資源があるが、日帰り客が多くその滞在時間も短かった。

事例背景

来訪者の属性に加えて、乙訓エリア内での移動の現状を把握アンケートとの組み合わせで課題を分析。

**日帰り客の移動の傾向を分析  
主要スポット来訪後の周遊課題が明らかに**

**得られた示唆**

- 兵庫・大阪からの来訪者が全体の6割を占めており、属性としては60代女性が多い。  
= 近隣府県から鉄道を利用し来訪する観光客が多い。
- 主要スポット（アサヒビール美術館・長岡京）と主要駅の距離が多い。  
= 主要スポットのみの来訪でその他の地域を周遊していない可能性が高い。
- アンケート結果から観光地としての認知度にばらつきがあることも分かった。  
近隣在住でも来たことがない人は「自然豊かな住宅地」というイメージしか持っていなかった。

**活用**

- すでに自治体で保有していたInstagramアカウントを活用。  
観光地としての認知度を高め、周遊のモデルルートを探求するため、沿線居住者を対象としたSNS広告を配信。

Copyright (C) 2023 Kyushu Economic Research Center, Blogwatcher Inc. All Rights Reserved. ブログウォッチャー

## 観光DXコミュニティ 30日間チャレンジ 観光地経営の高度化編【おでかけウォッチャー】

- Day24：サービス概要、基本機能（無償版）登録方法
- Day25：来訪地分析 ダッシュボード操作方法、分析事例
- Day26：プレミアムサービス ダッシュボード概要、分析事例
- Day27：自治体・観光協会・DMO等による活用事例
- Day28：まとめ

- 📍 おでかけウォッチャーは自治体・観光協会・DMO等による観光客分析に特化した観光人流分析プラットフォーム
- 📍 おでかけウォッチャーの活用で最新の観光人流データを手軽に入手・分析し、担当者が戦略・施策を検討・実行・検証することに注力できる環境が実現
- 📍 同じ基準で集められたデータを多人数で比較検討し、より深い洞察を導き出すことも可能
- 📍 おでかけウォッチャーを通じ、デジタルデータ（Digital Data）に基づくアクションを起こし、観光収入や波及効果の最大化、適切な観光資源管理などより良い観光地への変容（Transformation/**X**）を、自治体・観光協会・DMOの皆様と共に目指したい
- 📍 まずは無償登録し、データを眺め比較する習慣をつけること、そこから課題や問いを発見し仮説を考え、小さな行動変容に繋げることからスタート
- 📍 分析や活用の事例が気になる方は、**30日間チャレンジの各動画へアクセス**をお願いします