

日本観光振興デジタルプラットフォームについて

- 1 日本観光振興デジタルプラットフォームとは
- 2 全国観光情報データベース
- 3 全国観光ポータルサイト「JAPAN 47 GO」
- 4 全国観光DMP・高度化地域DMP
- 5 【連携事業】地域の観光DXに資するアドバイザー派遣事業
- 6 マルチチャンネル販売プラットフォーム
- 7 【連携事業】地方創生データサイエンティスト認定制度事業（観光DX検定）

令和6年10月22日

日本観光振興デジタルプラットフォーム推進コンソーシアム

公益社団法人日本観光振興協会・株式会社マーケティング・ボイス・ソフトバンク株式会社
観光予報プラットフォーム推進協議会(公益社団法人日本観光振興協会(幹事)、株式会社JTB
株式会社オープントーン、KNT-CTホールディングス株式会社、株式会社日本旅行、株式会社ブログウォッチャー
三井住友カード株式会社、株式会社JSOL、Azira総代理店マカグア株式会社、ジオルダン株式会社、
パシフィックコンサルタンツ株式会社)

マルチチャンネル販売プラットフォーム支援

NECソリューションイノベータ株式会社

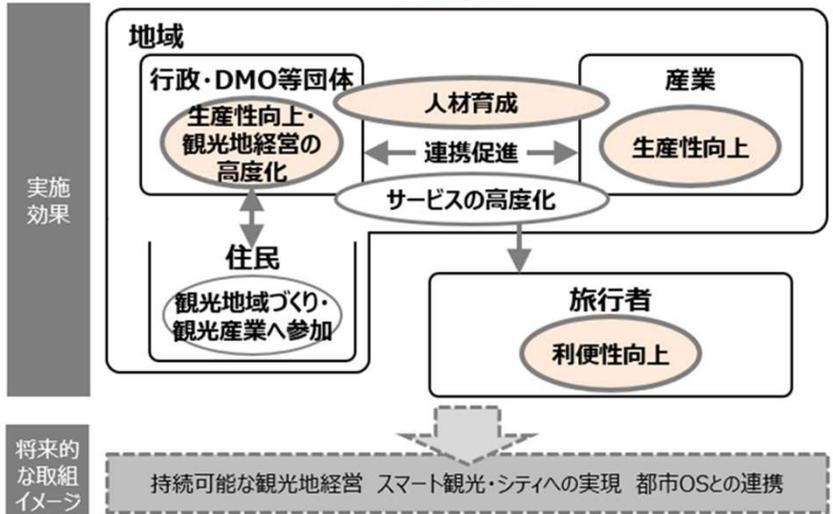
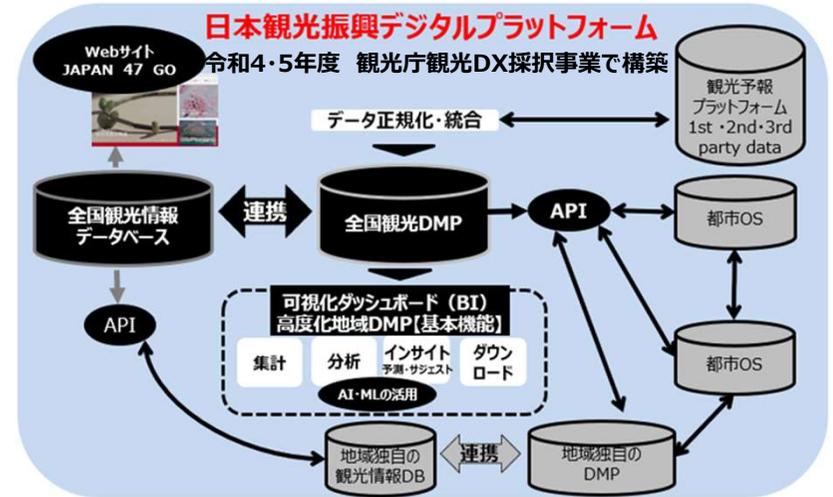
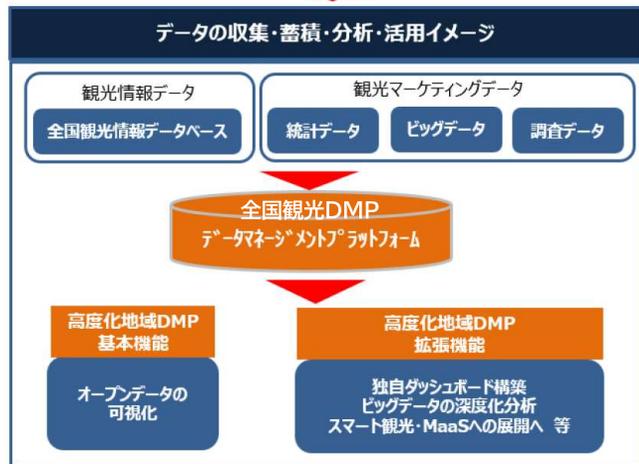
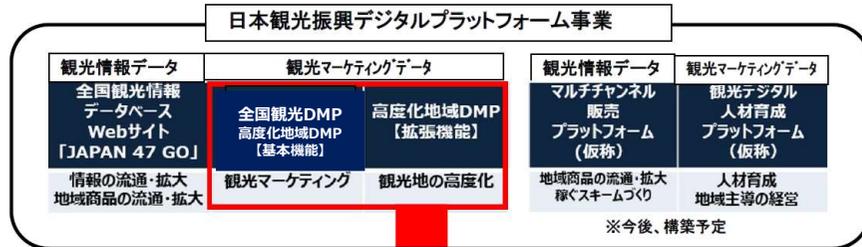
担当：公益社団法人日本観光振興協会 事業推進グループ 観光DX共創部

TEL:03-6435-8335 E-mail : jyouhou@nihon-kankou.or.jp

1 日本観光振興デジタルプラットフォームとは

「日本観光振興デジタルプラットフォーム」とは地域の自主的・主体的な観光地経営を実現するために、2つのデータ「観光情報データ」と「観光マーケティングデータ」を地域が効率的かつ戦略的に管理するための地域と共有するデータプラットフォーム。 ※令和4・5・6年度、観光庁観光DX事業採択

地域が観光地経営に向けて活用可能なツール「日本観光振興デジタルプラットフォーム」の継続的な提供を行うと共に、地域が稼ぐ仕組みづくりと観光デジタルの育成を進めることで、地域主導による観光地経営の効率化、マーケティングの高度化を実現し、自走可能な戦略的地域経営の実現と拡大を支援する。



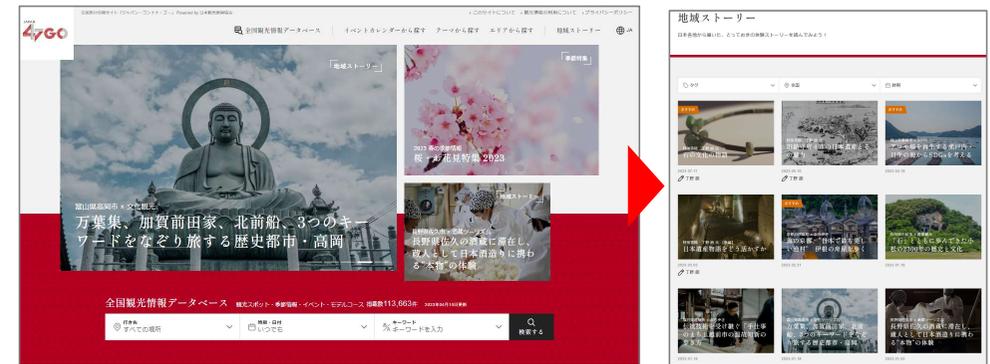
2 全国観光情報データベース 地域と共有するデータベース 約12万件の 観光情報を統一整備し、地域情報の流通拡大へ

【全国観光情報データベースの全体像】

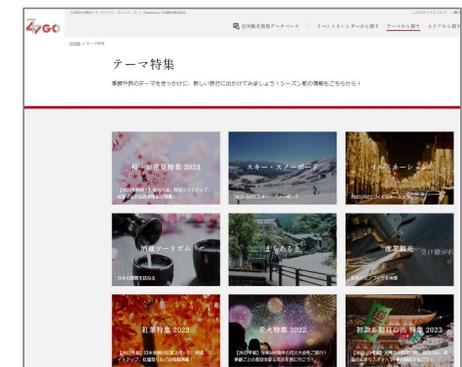


3 全国観光ポータルサイト「JAPAN 47 GO」 地域の季節・イベント情報の発信強化 地域ストーリーからテーマ型着地型観光への誘導

【注目の旅 地域ストーリーから テーマ別体験観光へ誘導】



【イベント情報 約10,000件】 【テーマ別観光 季節情報・産業観光・酒蔵ツーリズム・まちあるき】



4 全国観光DMP・高度化地域DMP【基本機能】

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戦略的に管理するためのデータ・マネージメント・プラットフォーム(DMP)の構築

デジタルプラットフォーム

地域の観光戦略に役立つ、観光情報を搭載したデータ管理プラットフォーム(DMP)です。

宿泊、人流、消費の多岐にわたるデータと地域が持つ観光資源や旅行者への満足度調査の結果を閲覧することができます。

ログイン

[ご利用したい方、お問い合わせはこちら](#)



統計データ

- 宿泊旅行統計 (市町村別)
 - 延べ宿泊者数 (総数・国内居住地・国籍)
 - 定員稼働率、利用客室数
- 旅行・観光消費動向調査 (市町村別)
- 訪日外国人統計調査 (市町村別)
- 入出国数統計：出入国者数 (市町村別)
- RESAS：人口・産業 (都道府県別)
- デジタル観光統計オープンデータ (市町村別)
 - 観光入込客数 (国内) の統計

ビッグデータ (観光予報PF)

- 宿泊：居住地・国籍別宿泊者数 (市町村別)
 - 年代、旅行形態、価格帯、予約タイミング
- 人流：国内・インバウンドの来訪者、国籍別動向 (市町村別)
- 消費：キャッシュレス消費単価 (都道府県別)
- 観光：全国観光情報データベース (JAPAN 47 GO) (市町村別)
- Web：JAPAN 47 GOアクセスの傾向・属性 (都道府県別)
- Web：自社サイト上での商品予約・購買データ
 - 属性データ、旅行者ID

調査データ (日本観光振興協会)

- 観光の実態と志向 (都道府県別)
 - 宿泊観光旅行の満足度
 - 来訪回数
 - 再来訪 (リピート) 意向
 - 旅行先での行動
 - 旅行での費用割合
 - 利用交通手段
- 数字で見る観光
 - 観光レクリエーション施設数
 - 観光基礎統計
 - 日本全体の観光動向 (国内旅行、訪日旅行)

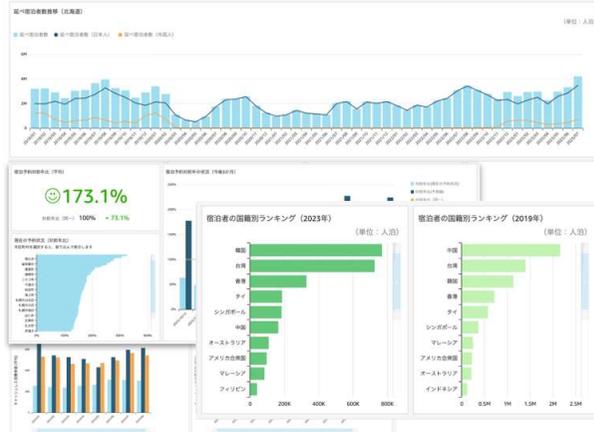
【参考】全国観光DMP・高度化地域DMP【基本機能】の4つ機能

ダッシュボード①：地域の観光概況

3指標の最新値と
予約状況（3ヶ月先）
コロナ前後の対比

活用イメージ

- 宿泊・来訪・消費の現状把握
- コロナ前後の来訪者の居住地の変化の把握
- 今後3か月の予約状況の把握



ダッシュボード②：地域の観光分析（来訪者分析）

地域に訪れる国内・
インバウンドの旅行客を把握

活用イメージ

ターゲットの選定

- どの居住地からよく訪れているか？
- どのタイミングで良く訪れているか？
- 居住地ごとの年代・性別・参加形態は？

商品・プロモーション時期の選定

- 価格帯は？
- 予約タイミングはいつ？



ダッシュボード③：地域の魅力分析

地域が保有する観光
資源情報を数値化

活用イメージ

地域の観光資源の再確認

- 都道府県、市町村の観光資源の割合
- カテゴリ別の割合や地図上での地点に資源が集積しているか？を確認

オンライン上の関心をもとに隠れた資源の発見



ダッシュボード④：他地域との比較

他地域との比較を通じて、
自地域の位置付けを知る

主な比較項目

- 宿泊・人流：延べ宿泊者数や訪問者数を直接比較
- 居住地・国籍：居住地の違い確認
- 旅行者の属性：旅行者の特性や背景を比較
- 観光資源：地域の魅力や資源を見比べ
- アンケート結果：訪問者の意見や印象を比較

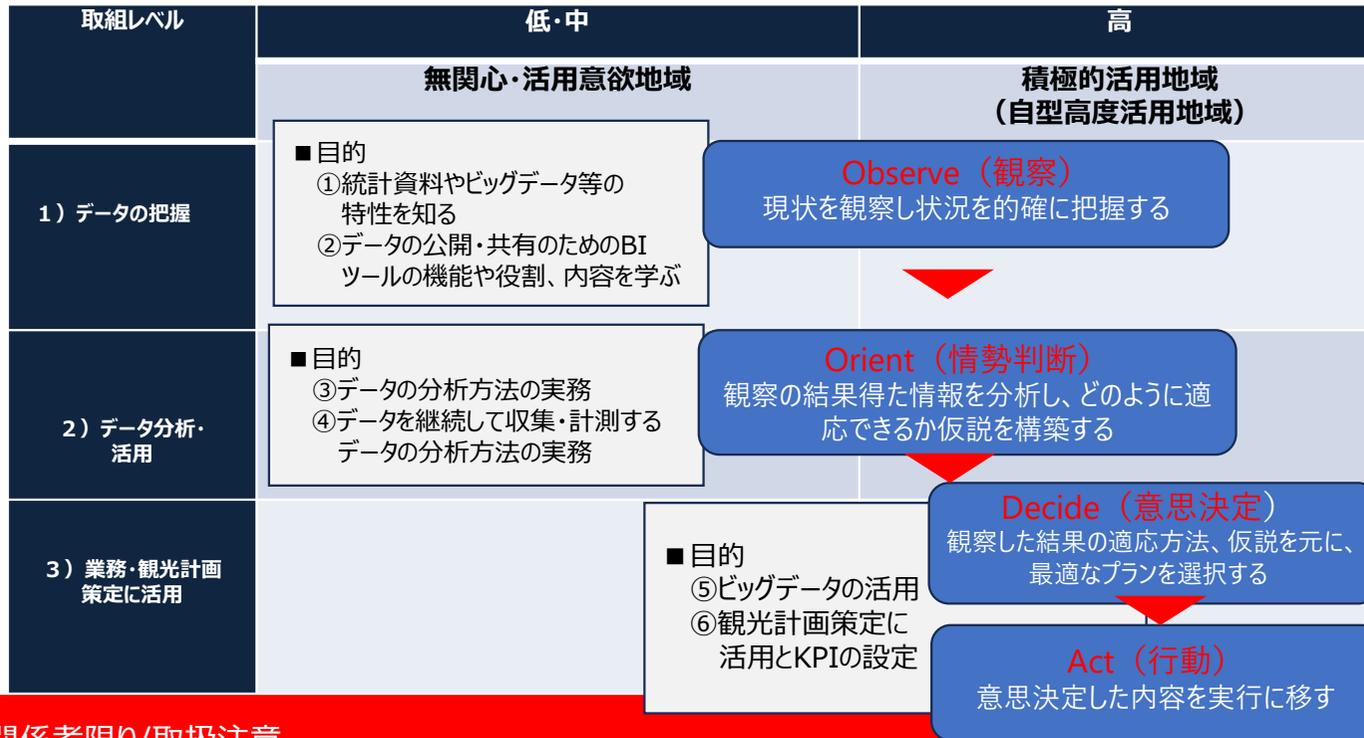


5 【連携事業】地域の観光DXに資するアドバイザー派遣事業（1地域2ヶ年事業）（日本財団事業）

【実証地域】 → 令和5年度 群馬県、埼玉県、千葉県、長崎県
令和6年度 兵庫県、鳥取県、東京観光財団

【令和6年度プログラム 1年目の内容(予定)】

- 1年目 全国観光DMP・高度化地域DMP【基本機能】の活用と助言、伴走支援
2年目 具体的な展開事業（案）高度化地域DMP【拡張機能】の活用と助言、伴走支援
- ・データの深度化、可視化を含めた市町村別ダッシュボード機能
 - ・人流・購買データ、アプリ、PMS等によるターゲット広告配信
 - ・産業連関表による地域経済波及効果測定
 - ・エリア全体、地域事業者の需要予測 **※OODA(ウーダ)ループに沿ったプログラム**



- 2024年8月**
 - ①対面等によるヒアリング・意見交換
 - ②座学受講開始 ~9月迄
対象講座 地方創生カレッジ
観光マーケティング関連
・観光データと計画策定
- 2024年9月末迄**
 - ③データ整理
・3年以内の主な事業内容
・現在のデータ蓄積・分析内容
・必要とするデータ・分析内容
- 2024年10月**
 - ④DMP勉強会
 - ⑤地域の分析レポート作成(全体)
- 2024年11月**
 - ⑥地域の分析レポート作成(月次)
 - ⑦簡易観光振興計画(案)着手
意見交換・検討
- 2025年3月**
 - ⑧簡易観光振興計画(案)完成

Observe (観察)
現状を観察し状況を的確に把握する

データの把握 【取組レベル：低・中】
基本となる統計資料やビッグデータ等の特性を知り、
データの公開・共有のためのBIツールの機能や役割、内容を学ぶ。

■ ツール：地方創生カレッジ

運営：公益財団法人日本生産性本部

本講座受託：公益社団法人日本観光振興協会

観光データ分析と計画作成 第2ユニット

観光現象を理解するためのオープンデータと分析プラットフォーム

講師：清水哲夫 氏

東京都立大学都市環境学部観光科学科教授

公益社団法人日本観光振興協会総合調査研究所所長

内容：①把握したい観光現象と対応するデータ種別

②地域でのデータ利用の検討手順

③観光庁が実施する観光統計

④中央省庁が実施するその他の観光関連統計

⑤観光分析プラットフォームの代表例

⑥地域における分析事例

3. 観光庁が実施する観光統計

地域の観光生産額を把握する3要素

観光総生産額 = 観光入込客数 × 一人当たり観光消費額 × 域内調達率

| 調査名 | 開始年 | 調査目的 | 調査対象 | 主な調査項目 | 調査方法 |
|-------------|--------|------------------|------------|--------------------------|--|
| 旅行・観光消費動向調査 | 2003年度 | 旅行・観光における消費実態の把握 | 日本人 | 旅行回数、旅行時期、消費内訳 | 26,000人を無作為抽出、年4回実施 |
| 訪日外国人消費動向調査 | 2010年 | 訪日外国人客の消費実態の把握 | 外国人 | 旅行回数、旅行時期、消費内訳 | 全国27空港で139,856人を抽出、年4回、全国・地域・クルーズの3調査 |
| 宿泊旅行統計調査 | 2007年 | 宿泊旅行の全国規模の実態の把握 | 日本人 外国人 | 都道府県別居住地別月別延・実宿泊数 | 全宿泊施設からの申告値から推計 |
| | | | 本人 | 都道府県別四半期別観光入込客数・属性別平均消費額 | 観光地点の入込客数の申告値と、観光地点での訪問地点数や消費額に関するパラメータ調査を組み合わせて推計 |
| | | | 業所 | 売上額の観光割合、支払先地域別割合 | 904地域に立地する約9万事業所 |

また実施される都道府県の独自統計で、自治体別、地域別が公表されていることもあるが、訪日外国人を含め宿泊者数を月別に把握可能では存在しない

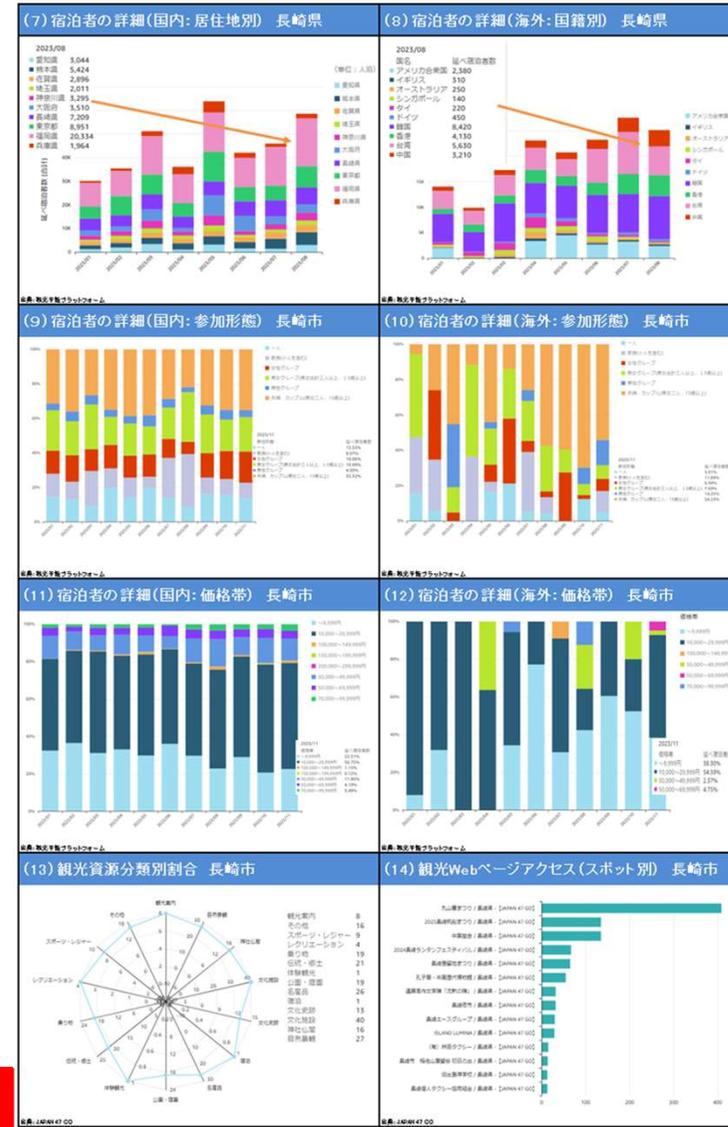
1. 把握したい観光現象と対応するデータ種別

| | 観光産業の活動実態把握 | 観光客の周遊行動把握 | 観光客の消費行動把握 | 観光客の評価把握 |
|------------|---|---|---|---|
| 統計データ | ○現象を広域・多時点での把握可能 △現象の生じた要因は直接的に把握不可能 | ○現象を広域・多時点での把握可能 △現象の生じた要因は直接的に把握不可能 | ○現象を広域・多時点での把握可能 △現象の生じた要因は直接的に把握不可能 | ○現象を広域・多時点での把握可能 △現象の生じた要因は直接的に把握不可能 |
| アンケート調査データ | ○現象の生じた要因を直接的・詳細に把握可能 △広域・他時点での実施が困難 | ○行動の要因も直接的・詳細に把握可能 △回答の信頼性・精度にやや問題あり | ○消費の要因も直接的・詳細に把握可能 △回答の信頼性・精度におおきな問題あり | ○評価の背景を直接的・詳細に把握可能 △広域・多時点での実施が困難 |
| 位置情報データ | × | ○エリアの時刻別滞在密度や個人の移動軌跡を把握可能 △行動の要因は直接的に把握不可能 | ○解像度は荒いが信頼性が高い △量は少ないが要因が把握できる | × |
| 目的地検索データ | × | ○観光施設の目的を定めた訪問ニーズが高精度に把握可能 △実際の訪問は必ずしも保証されない | ○質の差が大きい △量が大量である | × |
| SNSデータ | ○活用内容を多様かつ広範囲に把握可能 △書き込み頻度、内容等の主体間のバラツキ大 | ○個人の滞在場所や行動を直接把握可能 △書き込み頻度、内容等の個人間のバラツキ大 | ○消費項目を具体的に把握可能 △書き込み頻度、内容等の個人間のバラツキ大 | ○細かい背景要因を把握可能 △書き込み頻度、内容等の個人間のバラツキ大 |
| 決済データ | ○高精度な売上データが把握可能 △現金決済部分は把握不可能 | ○カード決済による訪問エリアの把握が可能 △決済を過ぎない活動は把握不可能 | ○消費項目と金額の直接的な把握が可能 △現金決済時の把握は不可能 | × |

Orient (情勢判断)
 観察の結果得た情報を分析し、
 どのように適応できるか仮説を構築する

データの分析・活用 【取組レベル：低・中】
 【継続的なデータ収集・計測のための月次レポートの作成】
 DMPを活用して月次で取得可能なデータを蓄積し
 業務をすすめながら、データの比較、確認します。
 月毎の変化を把握し、データ根拠に戻つく戦略、
 OODAループを意識します。

- ツール：月次レポート 例) 長崎県
- 内容：・宿泊者の動向
- ・国内来訪者の動向
 - ・海外来訪者の動向
 - ・宿泊予約状況
 - ・宿泊者の詳細 (属性)
 - ・観光資源分類割合
 - ・観光Webページアクセス動向



業務・観光計画策定に活用 【取組レベル：中・高】

【観光振興計画の策定】DMPを活用して、現状分析・課題・方向性をとりまとめ、施策の仮説を作成します。
戦略をすすめる上でも、個々業務のOODAループを実施することで、データ戦略の継続、確立を目指す。

Decide (意思決定)
観察した結果の適応方法、仮説を元に、最適なプランを選択する

Act (行動)
意思決定した内容を実行に移す

【データ根拠に基づく計画策定 例】石川県小松市

【参考とするデータの例】

| | | | | |
|---------------------------------------|---|---|----------------------------|------------------------------------|
| KPI(例) 入込観光客数・観光消費額・WebサイトPV数・地域経済循環率 | | | | |
| 共通ストーリー(案) | 『珠玉と歩む物語』小松～時の流れの中で磨き上げた石の文化～ ① 小松にしかない「石の文化」STORY 2300年の間、各時代のニーズに変化し、繋いできた文化の歴史 ② 小松！もう一つの「石」文化 STORY 加賀の経済を支えた「鉱山」、「JAPAN KUTANI」を生んだ「陶石」 ③ 小松の「加賀納」生産と近世小松の文化醸成 STORY ④ ものづくりのまちから乗りもの集う「小松」の新 STORY ⑤ 「北前船」がもたらす食文化と発酵食文化 STORY | | | |
| 目指すべき姿 | 文化と産業が融合し、国内外に発信する小松市 住みやすい環境保持と観光による交流人口増加の良い関係 | | | |
| 方向性 | オープンファクトリー「GEMBA」プロジェクトの実装 九谷焼に歌舞伎文化・織物・食・酒・石・瓦・茶・畳・街道を追加、拡大 | | | |
| 主なターゲット | 2021年度(実証段階):個人客、小規模の教育旅行・企業視察 2022年以降:教育旅行、企業視察、国内外の小規模会議(MICE) | | | |
| 課題 | 取組体制 | コンテンツ整備 情報発信 | 受入環境整備 | インフラ整備 (ソフト) |
| 取組事業 | マーケティング・戦略 | 基本コンテンツ (コース)構築 | 共通ツール 整備 | まちあるき整備 (サイン) |
| | WS連携 事業創造 | 商品造成 | | まちあるき アプリ構築 |
| | マネージ メント | GEMBA プラット フォーム(Web サイト) 構築 ・仕様検討 ・ワンストップ | 事業者見学 行程整備 | 二次交通 整備 |
| | 情報共有 勉強会 | 窓口 ・予約、決裁、EC | インタープリター 育成支援 テキスト作成 | サイン・アプリ 活用の 防災対応 (住民・訪問者) |
| | 2018年 プレWS 2019年 WS開始 2020年 WS継続 | Web 連動プロモ ーション ・SNS | インバウンド対応 | |

■ 地域の観光概況
人口・産業
観光客の推移
■ 地域の魅力分析
観光Webページアクセス
観光の実態と志向

■ 地域の観光概況
産業
■ 地域魅力分析
地域の観光資源

■ 地域の観光概況
産業
■ 地域魅力分析
観光の実態と志向

■ 地域の観光概況
訪問者の各属性
■ 地域の観光分析
国内外人流分析
■ 地域の魅力分析
観光の実態と志向

随時、業務の中で
該当データを参考に
しながら進める

▼

OODAループを実施

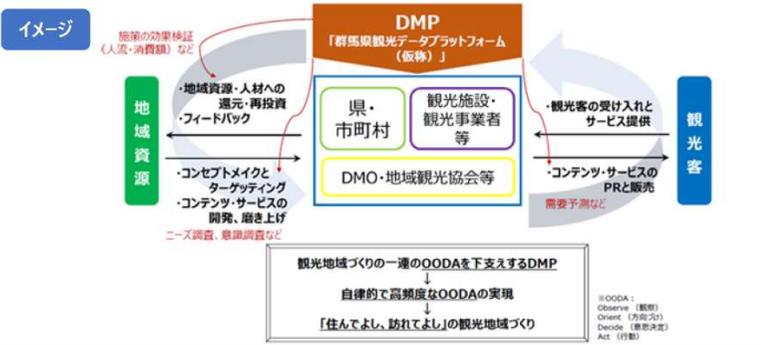
▼

効果検証

**【参考】 令和5年度 実証4県の今後の方向性 ※令和5年度報告書から抜粋
1年目にデータに基づく観光振興計画を作成し、2年目の方策案を記載、実行へ**

群馬県

- ①DMP「群馬県観光データプラットフォーム（仮称）」の構築
蓄積データ（統計・ビッグ・アンケート調査）を市町村別にダッシュボード化、協会会員（自治体・観光協会・事業者等）と共有、OODAループによる活用促進
- ②データを読み解き、施策に活用とコンテンツやサービス開発による伴走支援
観光関連事業者の収益向上や住民のウェルビーイングを目指す。



千葉県

- ①千葉県独自のDMPの構築 地域関係者のデータ戦略に活用
統計・ビッグデータによる深度化分析を行うための地域専用のプラットフォームを構築、OODAループによる活用促進、観光客の動向・属性分析・可視化
活用予定のデータ：人流分析ビッグデータ、購買動向データ
- ②人流分析・購買動向ビッグデータの分析に基づくターゲティング広告配信サービスの実施・効果分析
趣味嗜好に合わせた観光情報の配信 実証地域：成田市
混雑回避・周遊策による観光消費の機会損失を防ぎ、滞在時間の延長及び観光消費額の拡大へ



埼玉県

- ①埼玉県独自のDMPの構築、DMO・地域関係者のデータ戦略に活用
統計・ビッグデータによる深度化分析を行い、市町村別にダッシュボードを構築、OODAループによる活用促進、観光客の動向・属性分析・可視化
検討中のデータ：統計データの他、複数のビッグデータ 国内・インバウンド
人流分析、宿泊動向、SNS口コミ、Webアクセス動向データ等



長崎県

- ①長崎県独自のDMPの構築 地域関係者のデータ戦略に活用
統計・ビッグデータによる深度化分析を行い、市町村別にダッシュボードを構築、OODAループによる活用促進、観光客の動向・属性分析
検討中のデータ 人流分析ビッグデータ
- ②人流分析ビッグデータによるターゲティング広告配信サービスの実施・効果分析
趣味嗜好に合わせた観光情報の配信
実証地域：長崎市・佐世保市・雲仙市・五島市
- ③観光入込客数調査の自動収集システムの検討
施設からの実績報告を自動化、タイムリーなデータとして戦略に共有、活用



【参考】 令和5年度 実証3県の現在の検討内容 ※令和6年9月末時点

千葉県

地域
ダッシュボード

人流

人流分析と広告配信を組み合わせ活用
観光客の周遊状況を確認し、滞在時間・観光消費の増加につながるようターゲット分析・広告配信を実施

測定ポイントのデータを定期的に更新

グローバルなモバイルデータ

世界44カ国
約16億デバイス
20兆の測定ポイント



広告配信

効果測定
(レポート)

効果検証
再配信

観光客の
スマホに配信



滞在時間増

観光消費刺激

群馬県

地域
ダッシュボード

宿泊
人流/消費

先予約
需要予測

県内の自治体・DMOに向けて、観光地のKPI情報（訪問者数・消費額など）を提供するとともに先の予約状況を見える化し、先を見た政策検討に活用



訪問・消費

指定エリアへの訪問者
県内・県外への周遊
性別・年代・居住地別
消費金額、決済件数

宿泊予約

国内外の予約状況
(昨年度との比較)
性別・年代・居住地別
予約入込数

「過去」と「未来」の
データに基づく施策

観光政策担当
DMO



観光消費刺激

エリア間周遊
の促進

混雑・閑散
対策

長崎県

地域
ダッシュボード

人流

経済波及
効果算出

県内観光拠点の入込アンケート収集の自動化、人流状況を収集。訪問状況と訪問客のニーズをセットで分析さらに観光がもたらす経済効果を見える化、共有観光による経済効果、域内調達の重要性を告知

県内観光拠点



5 マルチチャンネル販売プラットフォーム ～地域が稼ぐスキームづくり～

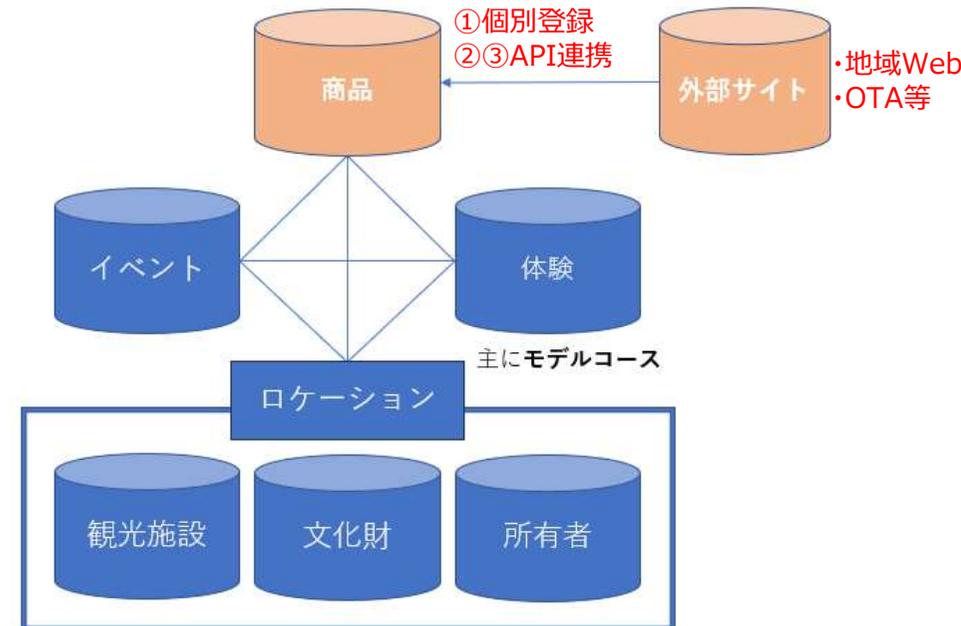
商品データベースによる地域商品との連携

観光情報と広範なサービス連携による地域商品の流通拡大を目指す。

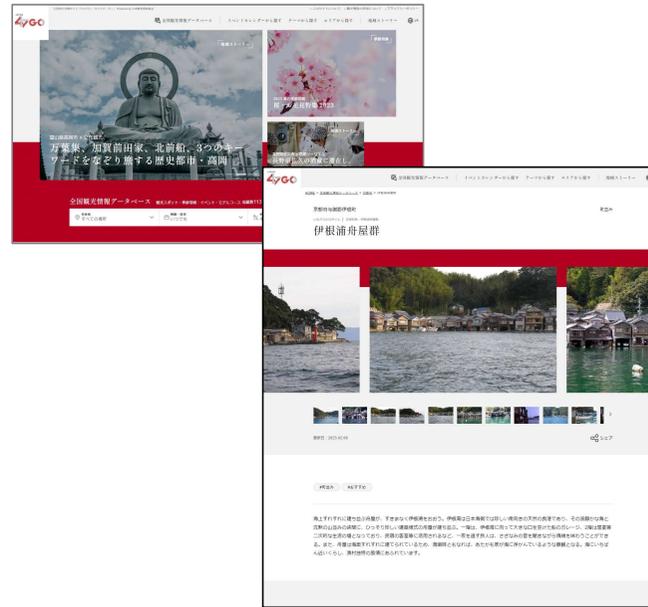
管理画面から地域商品の個別登録、自動連携(API)

- ①個別登録 地域・DMO・会員事業者にID・パスワード付与予定
- ②API連携 直販ツール提供企業と連携し、機能を構築中
- ③ユニバーサルIDの導入 会員事業者との商品のAPI連携・表示予定

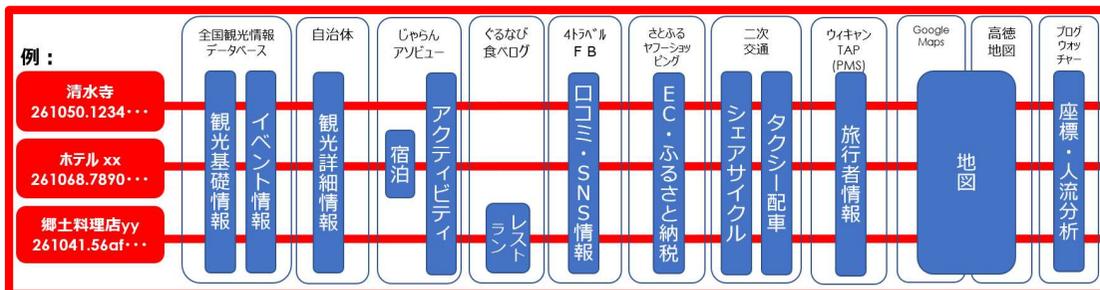
【全国観光情報データベースと商品連携イメージ】



【NECソリューションイノベータの直販システムと連携】



【ユニバーサルID 地域商品連携イメージ】



7 地方創生データサイエンティスト認定制度事業（観光DX検定）（日本財団事業） ※令和7年度10月から初級試験開始予定 来年度モデル校を募集中、地域は実証事業にて対応予定

■ 事業内容

地域においては、データ根拠に基づく地域の観光戦略策定（EBPM）が進む中、戦略を具現化するデータ分析力が重要視されているが、観光デジタル人材の不足が喫緊の課題である。

地域のプレーヤーがより効率的に戦略を進めるため、地域づくりに必要な調査や統計、ビックデータの主なデータ元となっている内閣府運営「e-stat」、「地域経済分析システム（RESAS）」、「全国観光DMO」、「観光予報プラットフォーム（観光予報DS含む）」の4つのルーツを基盤にした地域のマーケティング分析と地域固有のブランディング育成による「（仮称）地方創生データサイエンティスト認定制度（観光DX検定）」を提案し、地域のデータ根拠による戦略、デジタル化、DX化を後押しする。

■ 検定対象

- ・地域 自治体、観光協会、DMO、商工会議所・観光関連サービス事業者等
- ・学生 観光系高等学校、専門学校、専門職大学、大学

■ 関連セミナー 観光DX検定の対象ツールの勉強会

- 案内方法：日本観光振興協会メルマガ、観光予報プラットフォームメルマガ、自治体・観光協会の観光情報担当者にメール
- 10月 e-Stat（政府統計の総合窓口）
 - 11月 RESAS（地域経済システム）
 - 12月 観光予報プラットフォーム

■ 検定内容（案）

| スキル分野 | 基礎スキル（数学・統計学） | 分析スキル | 戦略策定・立案スキル |
|--|--|---|---|
| 初級 ✓ データをもとに作成された数値の意味、グラフ等の見方を理解している ✓ 簡単なデータ分析ができる 有効期間：無又は2年程度 更新：なし スコア●点として保有 | 選択式 ● 各データの意味（単位等）を理解している ● データ表現方法を正しく理解している ● 統計学に関する基礎知識を一定程度理解している DMO職員・観光学の単位のイメージ | 選択式 ● 数値・データが示す傾向を正しく読み解くことができる | 観光DMOとしての認定基準(案) 中級：1名、及び初級：2名以上 |
| 中級 ✓ データから観光地の動向分析ができる ✓ 分析結果からその背景について考察ができる 有効期間：2年程度 更新：実績提出 | 選択式 ● データ表現方法を正しく理解している ● 回帰分析の基礎的知識を理解している ● 統計学の基礎知識を 中程度 理解している | 選択式 ● 傾向を把握するためのデータ分析方法・表現方法を理解している ● RESAS・観光予報プラットフォームを利用して、求めるデータ分析ができる | 筆記論文式 ● データをもとに任意の地域の観光動向を適切に表現できる ● データが示す傾向の理由を説明できる |
| 上級 (master) ✓ データから観光地の動向を分析、データが示す傾向を考察できる ✓ 分析結果の考察から、観光戦略を作成、提案できる 有効期間：3年程度 更新：実績提出 | 選択式 ● 回帰分析・経済波及効果の基礎的知識を理解している ● 統計学の基礎知識を一定以上(高)理解している | 選択式 ● 傾向を把握するためのデータ分析方法・表現方法を理解している ● RESAS・観光予報プラットフォームを利用して、求めるデータ分析ができる | 筆記論文式+論述式 ● データをもとに任意の地域の観光動向を適切に表現できる ● 分析や提案に必要なデータ収集・蓄積等、データマネジメントができる ● 観光施策関連の知見を持ち、データを基に戦略的施策の立案ができる ● 国の観光政策の理解(選択式) |

DMOの認定基準への採用

観光戦略マスターとして協議会に登録・各観光地へアドバイザーとして派遣

■ 令和7年度以降の方向性

令和7年度初級のみ開始、8年度中級を追加、9年度上級を追加、全ての試験をスタート予定。