

地域観光組織における 観光統計・データ活用の実態と 施策ニーズとの整合性

客員研究員 栗原 剛(東海大学)

研究員 崔 善鏡

アドバイザー 清水哲夫(首都大学東京)

鎌田裕実(一橋大学)

発表目次

1. 前回の発表要旨
2. 地域観光組織の動向
3. 地域観光組織の施策ニーズとデータ
利活用の実態分析
4. 今後の方向性

前回

共同研究のミッション

- 「観光統計の課題と活用に向けた調査研究」

観光関連データの種類

分類	データ	
需要 (観光客の 動態)	訪日外国人消費動向調査 旅行・観光消費動向調査 航空旅客動態調査 観光入込客統計 宿泊旅行統計調査 JNTO訪日外客統計	JNTO国際会議統計 観光の実態と志向 全国幹線旅客純流動調査 JTBF旅行年報 じゃらん宿泊旅行調査
供給 (観光地の 経済・市場 環境)	訪日外国人消費動向調査 NITAS JTBF旅行年報 観光入込客統計	旅行・観光消費動向調査 数字でみる観光 じゃらん宿泊旅行調査 観光地域経済調査

※観光統計：観光庁が主体となり整備・公表する統計とする

前回

共同研究のミッション

- ・「観光統計の課題と活用に向けた調査研究」

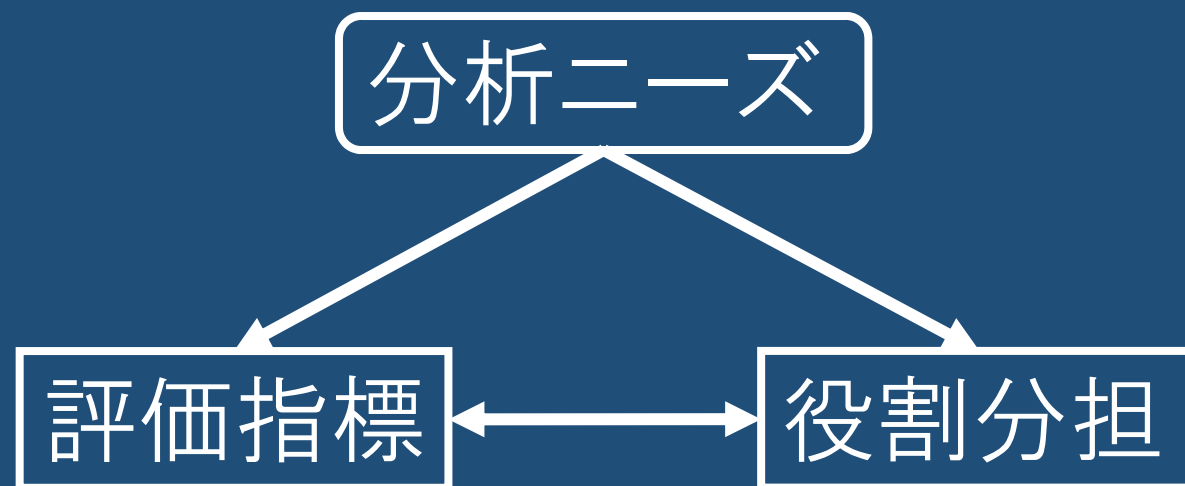


図 理想的な観光統計活用のイメージ

	整備 AB	総研 CD	業界 EFG	地域 HIJ
業務における観光統計の利用	-	○	○	△
観光統計に対しての諸問題（不満・課題・ニーズ等）	○	○	○	○
独自に活用しているデータの有無	-	○	○	○
観光統計の意義・役割に対する考え	○	○	○	○
学系組織に対する研究の要望	○	○	○	○
関わった観光統計業務の内容	○	-	-	△
統計整備の達成目標と達成度	○	-	-	-
ビッグデータ活用についての考え	○	-	-	-

本日の発表主眼

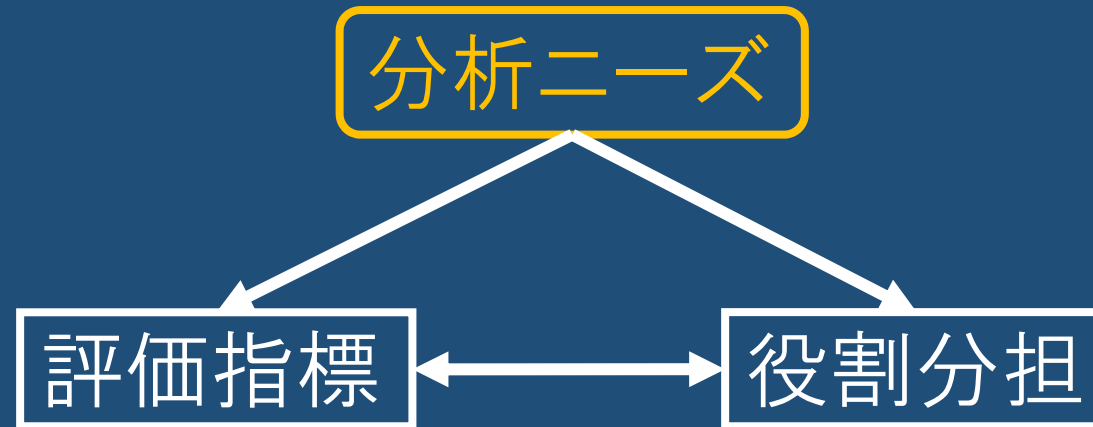
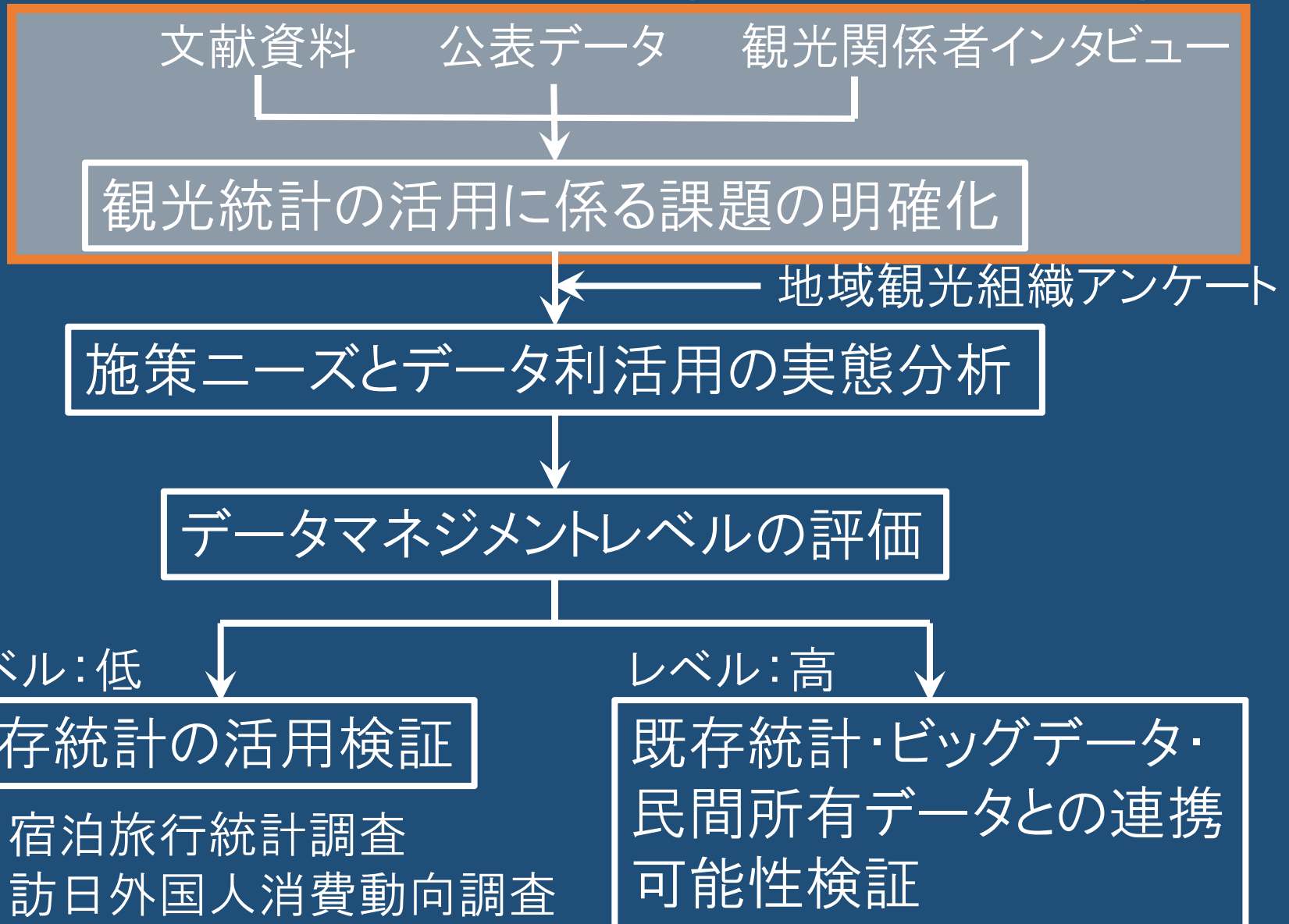


図 理想的な観光統計活用イメージ

- ニーズの広がりとデータ利活用の実態を把握したい
 - 全国の地域観光組織ではどのような観光施策を展開し、どのような指標を用いて施策評価をしているか？

研究内容(研究期間:2017年2月～概ね2年間)

2017年
5月



本日の発表範囲

文献資料

公表データ

観光関係者インタビュー

観光統計の活用に係る課題の明確化

地域観光組織アンケート

施策ニーズとデータ利活用の実態分析

データマネジメントレベルの評価

レベル：低

既存統計の活用検証

- 宿泊旅行統計調査
- 訪日外国人消費動向調査

レベル：高

既存統計・ビッグデータ・
民間所有データとの連携
可能性検証

発表目次

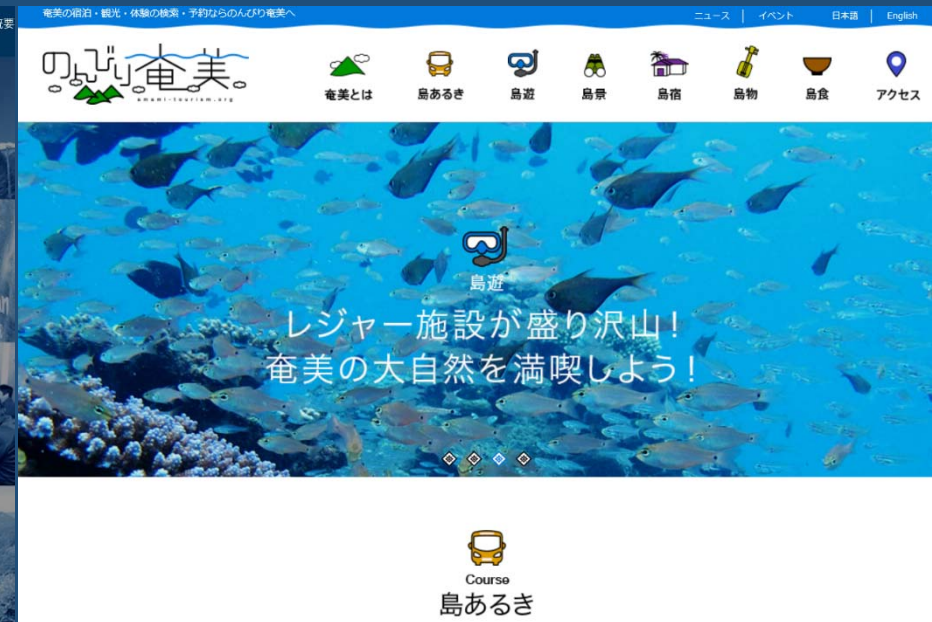
1. 前回の発表要旨
2. 地域観光組織の動向
3. 地域観光組織の施策ニーズとデータ
利活用の実態分析
4. 今後の方向性

地域観光組織の動向①DMO

- DMOの基礎的な役割・機能

1. DMOを中心とした多様な関係者の合意形成
2. データの収集・分析、データに基づく戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
3. 観光事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

出典 観光庁：日本版DMOとは？

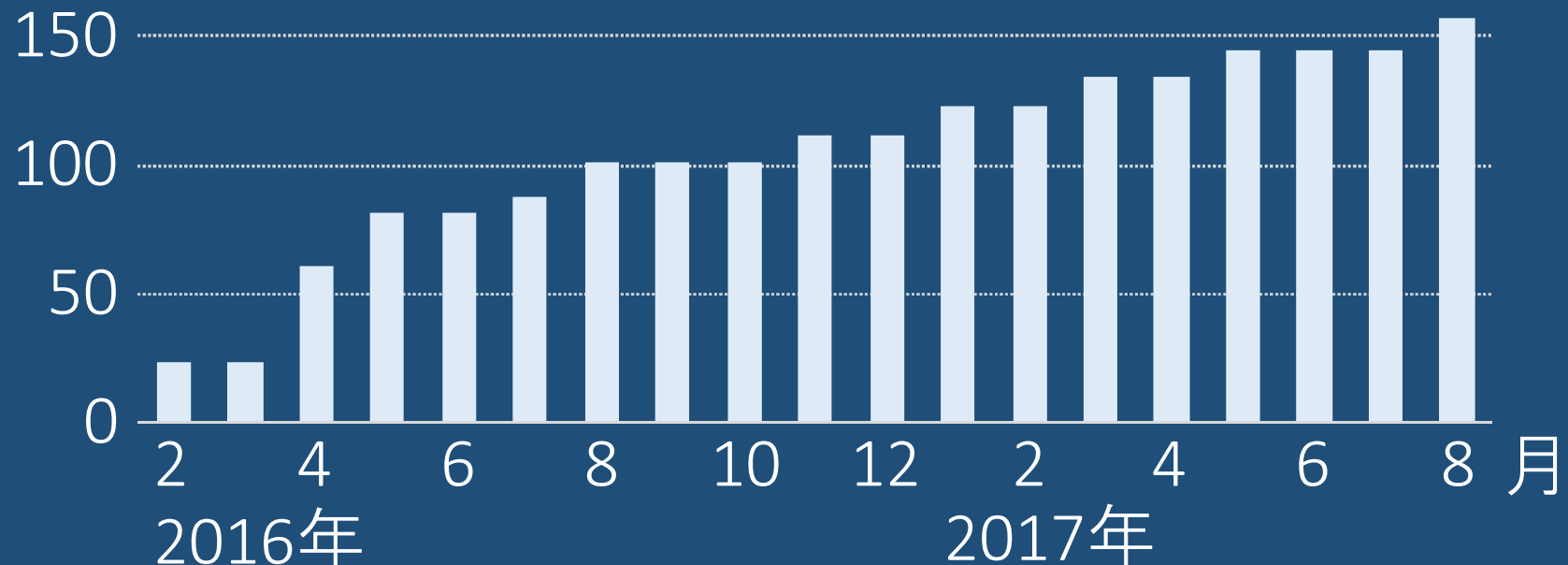


DMOの全国的な拡大

	広域連携	地域連携	地域	計
候補法人	2	52	79	133
登録法人	5	23	13	41

データ 観光庁(2017年11月28日時点)

候補法人数



データ 観光庁: 日本版DMO形成・確立の必要性

DMOの活動事例@雪国観光圏



観光品質認証「サクラクオリティ」の導入

- 訪日外国人が旅館等の品質ランクをイメージしやすい

- 情報提供から地域社会への貢献まで310項目を評価

→旅館の施設改修等に役立つ

雪国観光圏 井口智裕氏へのヒアリング(11/17)より

DMOが抱える課題

Q どのような業務のノウハウを持った人材が不足しているか？

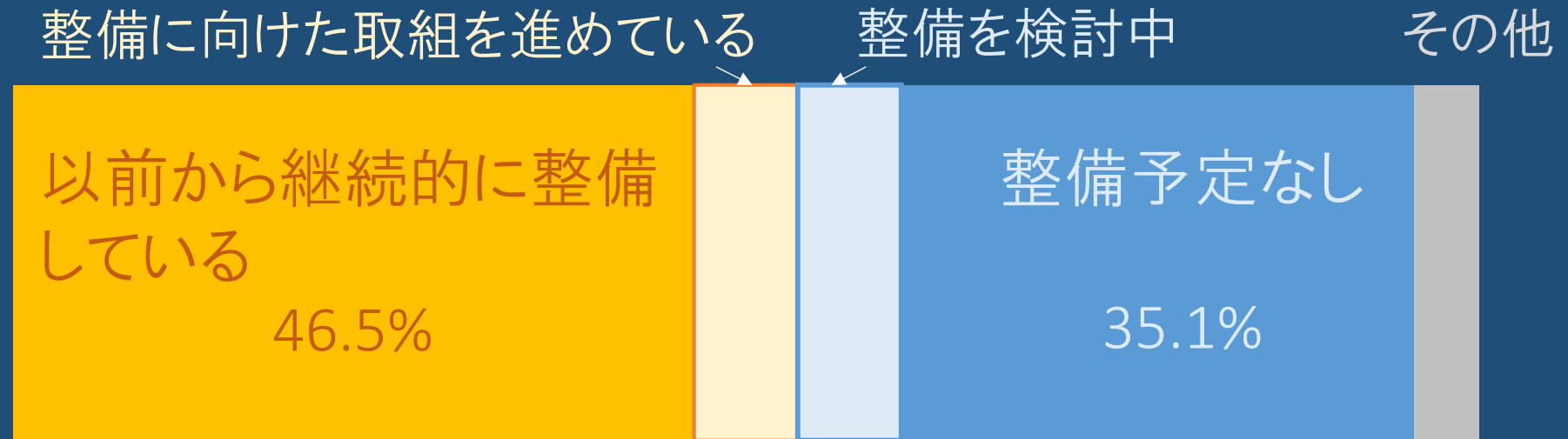
	データ 収集	人材 育成	財務・ 経営分析	戦略 立案
全体 (n=97)	59%	48%	40%	37%
広域連携 DMO (n=2)	100%	0%	50%	0%
地域連携 DMO (n=44)	57%	45%	39%	45%
地域DMO (n=51)	59%	53%	41%	31%

出典 日本観光振興協会2017年3月調査

- データ収集に係る課題を指摘

地域観光組織の動向②市町村

- 市町村独自の観光統計整備状況・指針

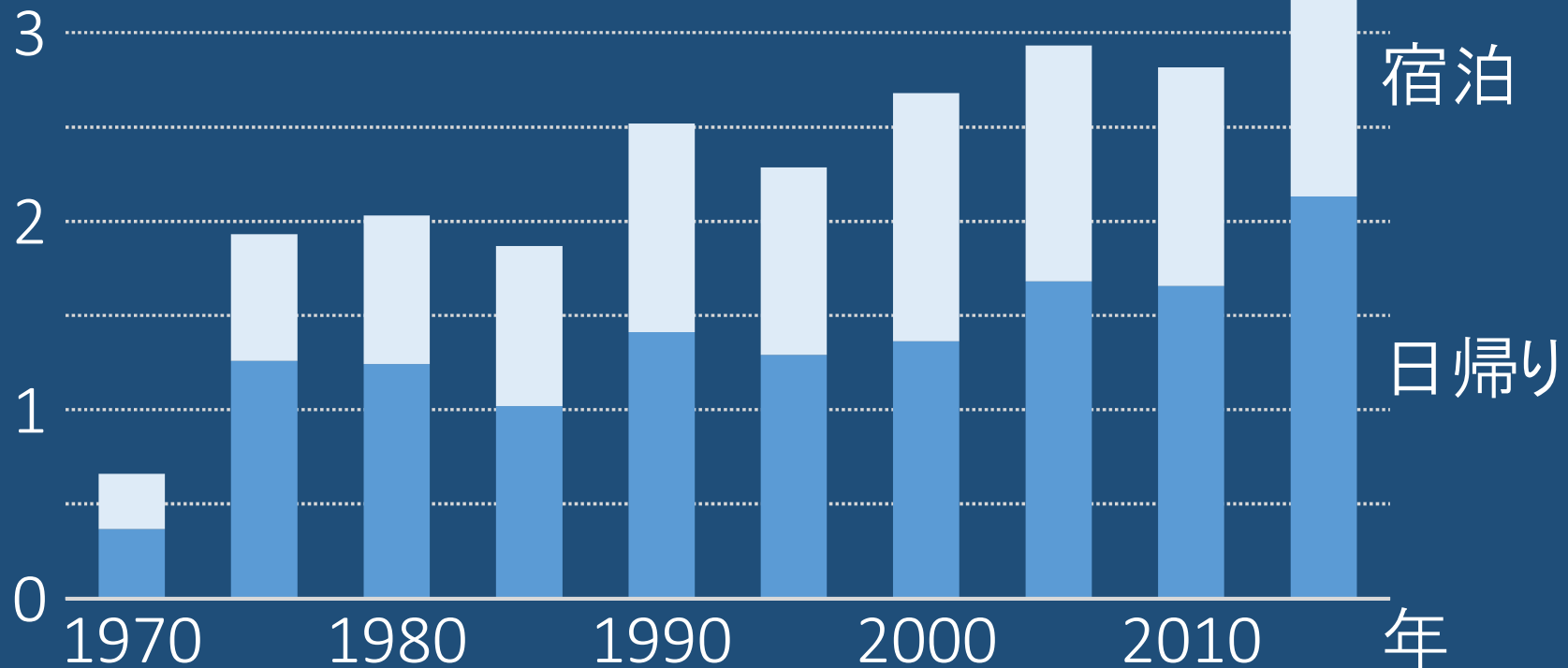


出典 日本交通公社2017年6月～8月調査, n=114

- 高山市(1970年から継続的に整備)
- 富士河口湖町(2016年に公開開始)

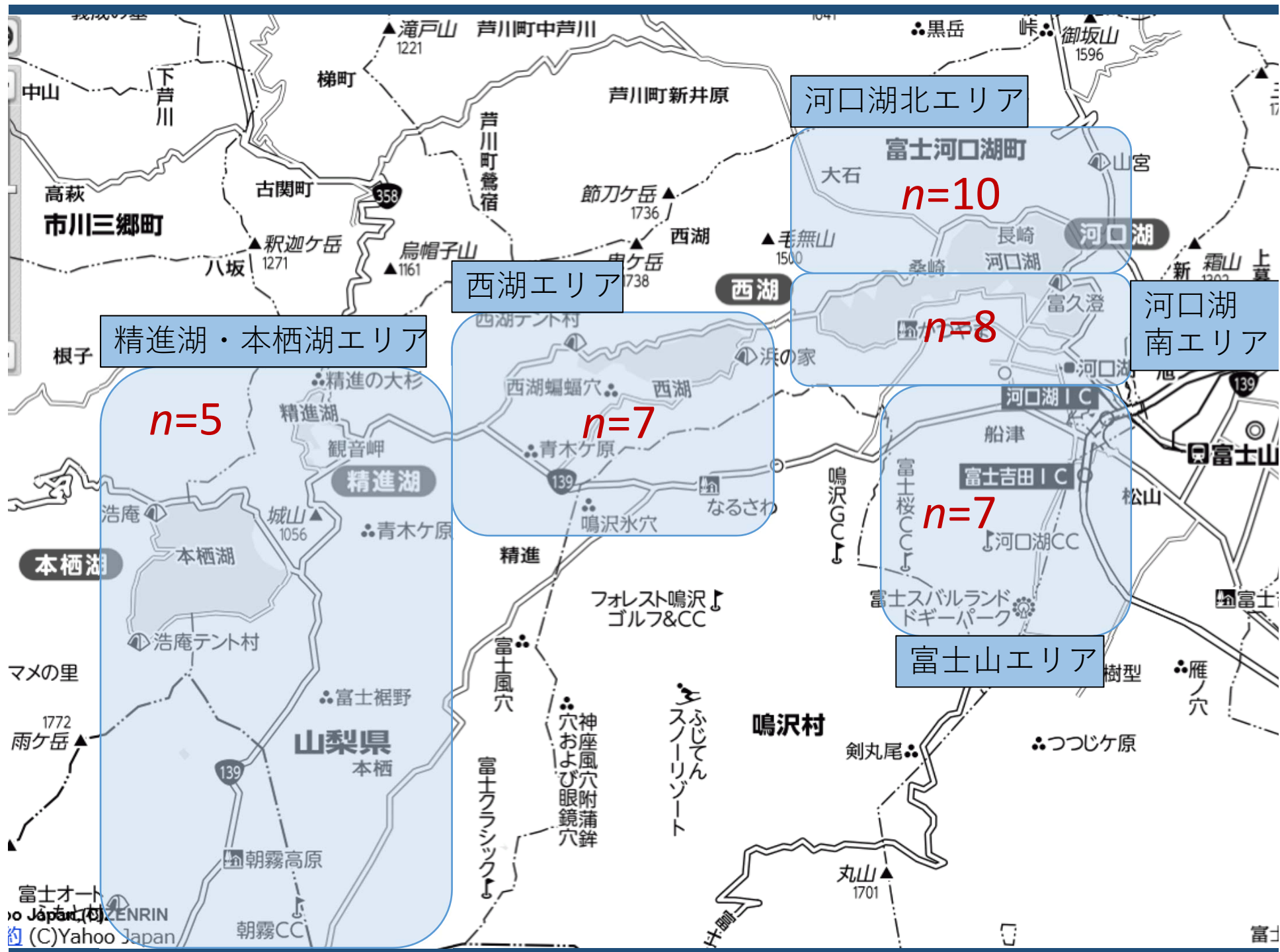
高山市の観光統計

百万人

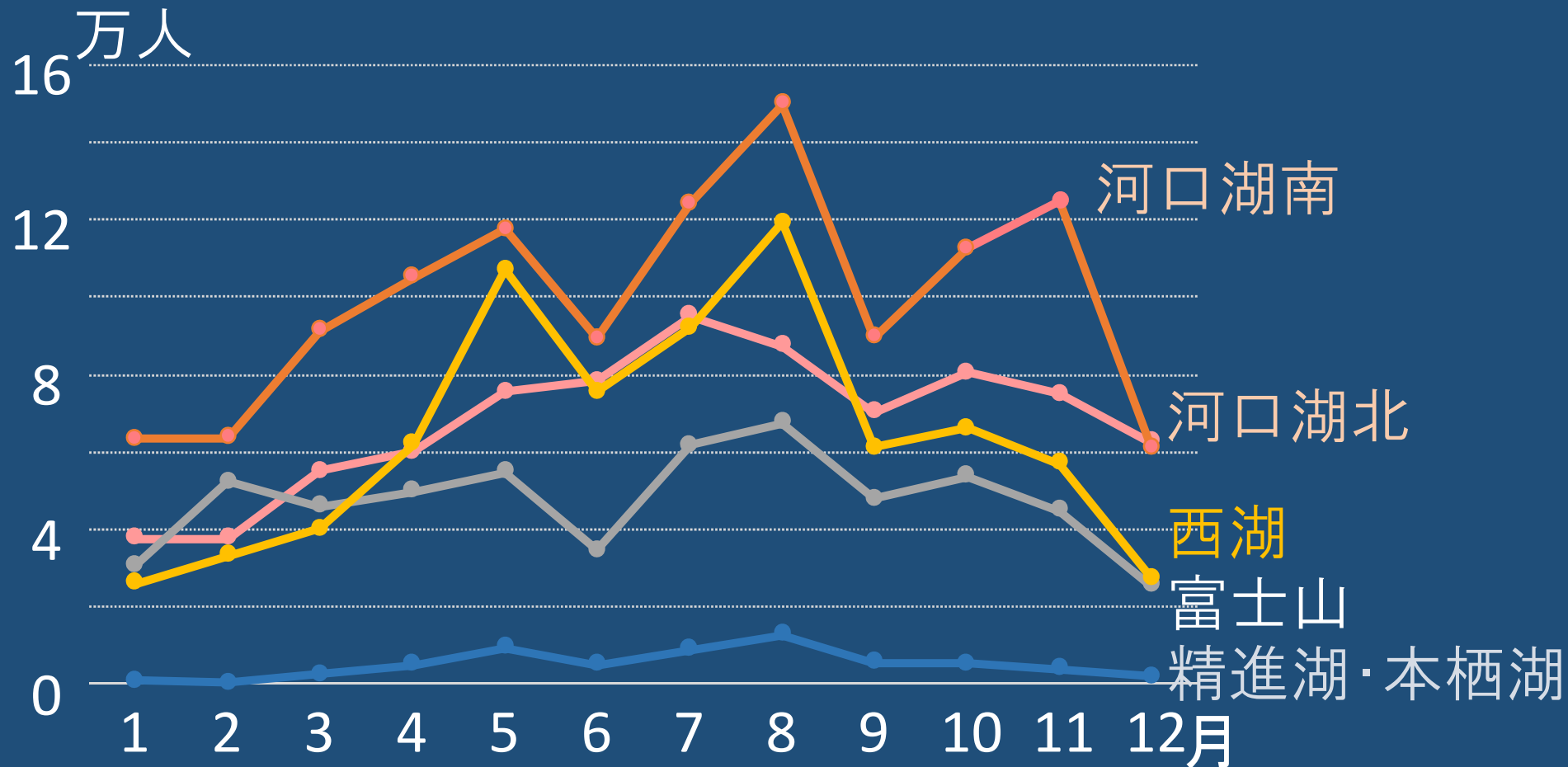


データ 高山市:平成28年観光統計

- 時系列の観光動向が把握可能
- 主にハガキによる観光動態調査結果も参照できる
(年間1,600票程度)



富士河口湖町の観光統計



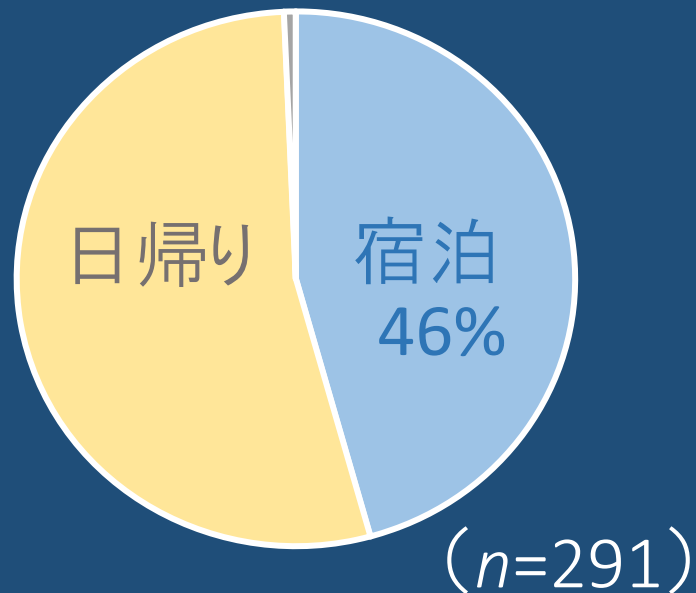
データ: 富士河口湖町, エリア別施設入込客数(2016)

- ・月別・エリア別の入込客数を推計

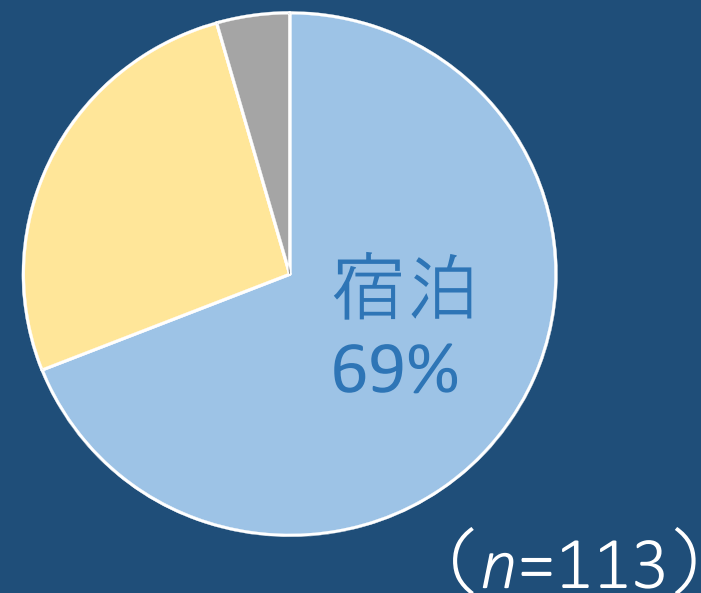
富士河口湖町の観光統計

- 観光実態調査(7月、11月)により、観光客の属性を把握
町内の滞在状況(2016)

日本人観光客



外国人観光客



- 「データをどう活用するか?」はこれからの課題

地域観光組織の動向

- 地域自らがデータを収集し、観光施策立案・評価をおこなうこと(データマネジメント)が求められる
 - データ収集に課題があるDMOが多い
 - 市町村の観光統計整備状況は二極化

→データマネジメントのレベルは全国網羅的に把握されていない

→レベルに応じた処方箋が有効ではないか？

発表目次

1. 前回の発表要旨
2. 地域観光組織の動向
3. 地域観光組織の施策ニーズとデータ
利活用の実態分析
4. 今後の方向性

施策ニーズとデータ利活用の実態分析

地域観光組織の施策ニーズと評価
項目・指標の洗い出し

← 地域観光組織
へのアンケート
事例分析

各ニーズの整理・分類

ニーズと評価項目・
指標の多様性

- 組織 × 施策
- 施策 × 評価項目

組織のデータマネジ
メントレベル

- 判定方法
- レベル評価

調査概要

調査対象	地域観光組織 1. 地域連携DMO、地域DMO 2. 都道府県、市区町村
調査方法	メール・問い合わせフォーム、 郵送での配布・回収
調査期間	2017年8月～11月
回収状況	地域観光組織 計201(有効回答191) 1. 地域連携DMO:24(22) 地域DMO:19(18) 2. 都道府県:25(19) 市区町村:133(132)

*調査当時DMO数は151であり、回収数は43(回収率28%)

*都道府県から市区町村等への転送を依頼している

ニーズの把握方法

Q1 施策 	近年の主要な観光施策は何か (最大3つ)
Q2 評価 項目 	施策を効果的に進めるため／施策の 効果検証のために、どのような分析を 通じて評価するか
Q3 指標	分析のためにどのようなデータを取得 しているか

データセット

区分	名称	施策ニーズ	評価項目	指標
地域連携DMO	***	インバウンド対策として、広域周遊ルートを造成し、プロモーション活動を行っている	Web動画の閲覧と実際の来訪者数の相関を評価している	・動画閲覧、商品販売数は直接集計 ・来訪者数は国統計資料(宿泊旅行統計調査等)

*組織あたり最大3つ回答でき、Q1～Q3まで1対1で記載されているものを1サンプルとする

→施策が3つ書いてあっても、評価項目か指標のいずれかが1つであれば1サンプル

データセット

区分	名称	施策ニーズ	評価項目	指標
地域連携DMO	***	インバウンド対策として、広域周遊ルートを造成し、プロモーション活動を行っている	Web動画の閲覧と実際の来訪者数の相関を評価している	・動画閲覧、商品販売数は直接集計 ・来訪者数は国統計資料(宿泊旅行統計調査等)

↓

191組織から262の施策を抽出

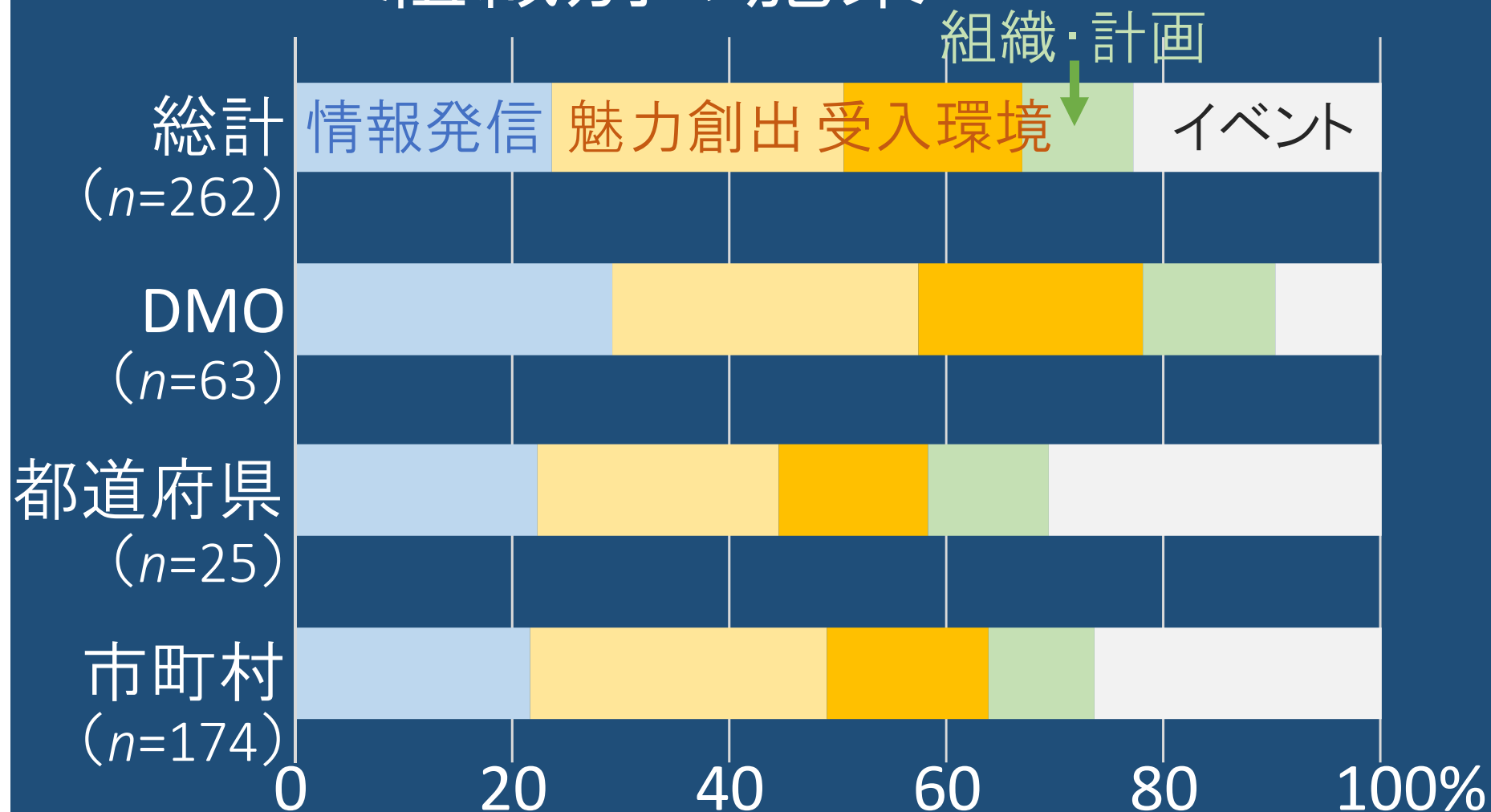
↓

各項目からキーワードを抽出して独自に整理し、施策・評価の多様性と組織のデータマネジメントレベルを分析

施策二ーズの整理

大項目	小項目
情報発信	・広告（PR動画、パンフレット、ポスター、Webサイト） ・トップセールス ・海外旅行会社招聘、ファムツアー ・特定ターゲットの誘客（修学旅行、クルーズ、MICE）
地域づくり (A) 魅力創出 (B) 受入環境	(A)・広域周遊ルート ・着地型旅行商品造成 (B)・人材育成 ・観光案内所設置・運営 ・バリアフリー観光 ・レンタサイクル整備
体制づくり （組織、計画）	・観光公社、まちづくり協会の設置 ・DMO設置、支援 ・まちづくり基本計画等の策定 ・観光交流協定
イベント・キャンペーン	・デスティネーションキャンペーン ・観光博覧会 ・周遊観光パスポート ・スタンプラリー ・祭り

組織別の施策ニーズ

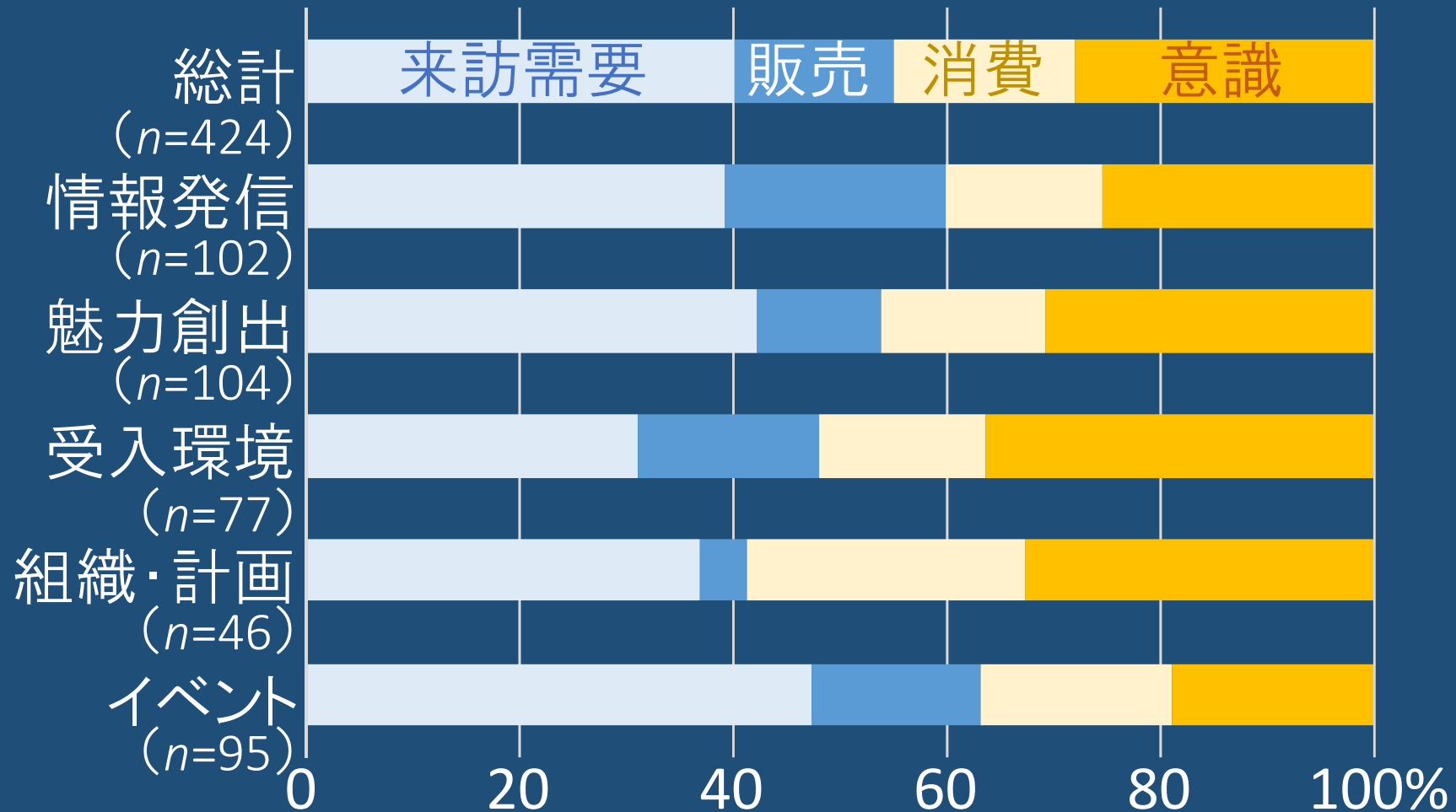


- 都道府県・市町村はDMOと比べてイベント施策が多い傾向
($p=0.00123$)

評価項目と指標の整理

評価項目	指標
来訪需要	宿泊者数、外国人宿泊者数、入込客数、外国人入込客数、施設・イベント入込客数、観光案内所利用者数、公共交通利用者数、施設稼働率
商品販売	商品・サービス販売数、売上、入湯税、Webアクセス数
消費	消費額、外国人消費額、購入商品、域内調達率
意識	来訪目的、満足度、認知度、興味度、観光情報入手方法

施策別の評価項目



- 施策と評価項目の間に有意差は認められない
(指標に制約がある) (p=0.111)

施策ニーズとデータ利活用の実態分析

地域観光組織の施策ニーズと評価
項目・指標の洗い出し

← 地域観光組織
へのアンケート
事例分析

各ニーズの整理・分類

ニーズと評価項目・
指標の多様性

- 組織 × 施策
- 施策 × 評価項目

組織のデータマネジ
メントレベル

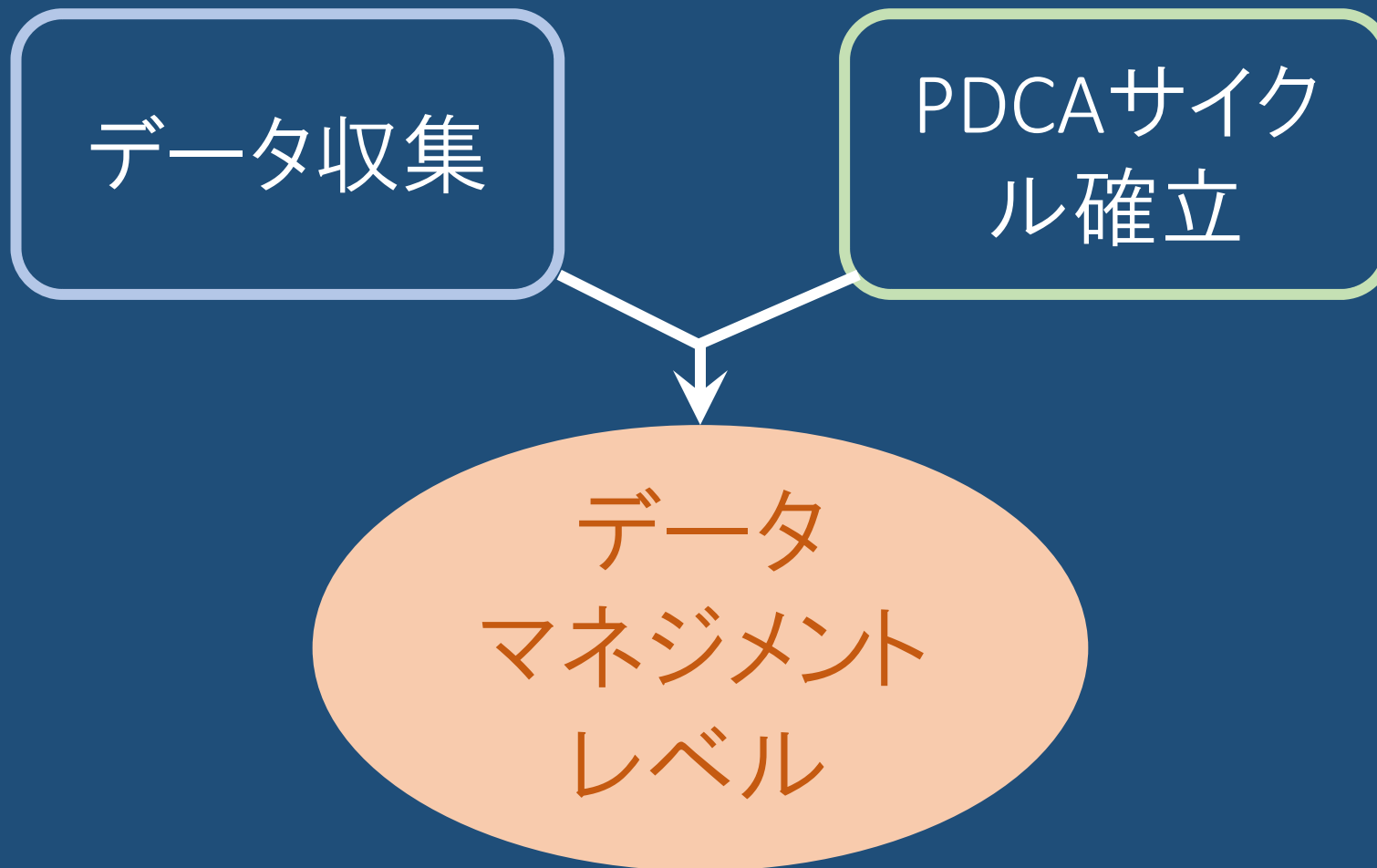
- 判定方法
- レベル評価

組織のデータマネジメントレベルの要素

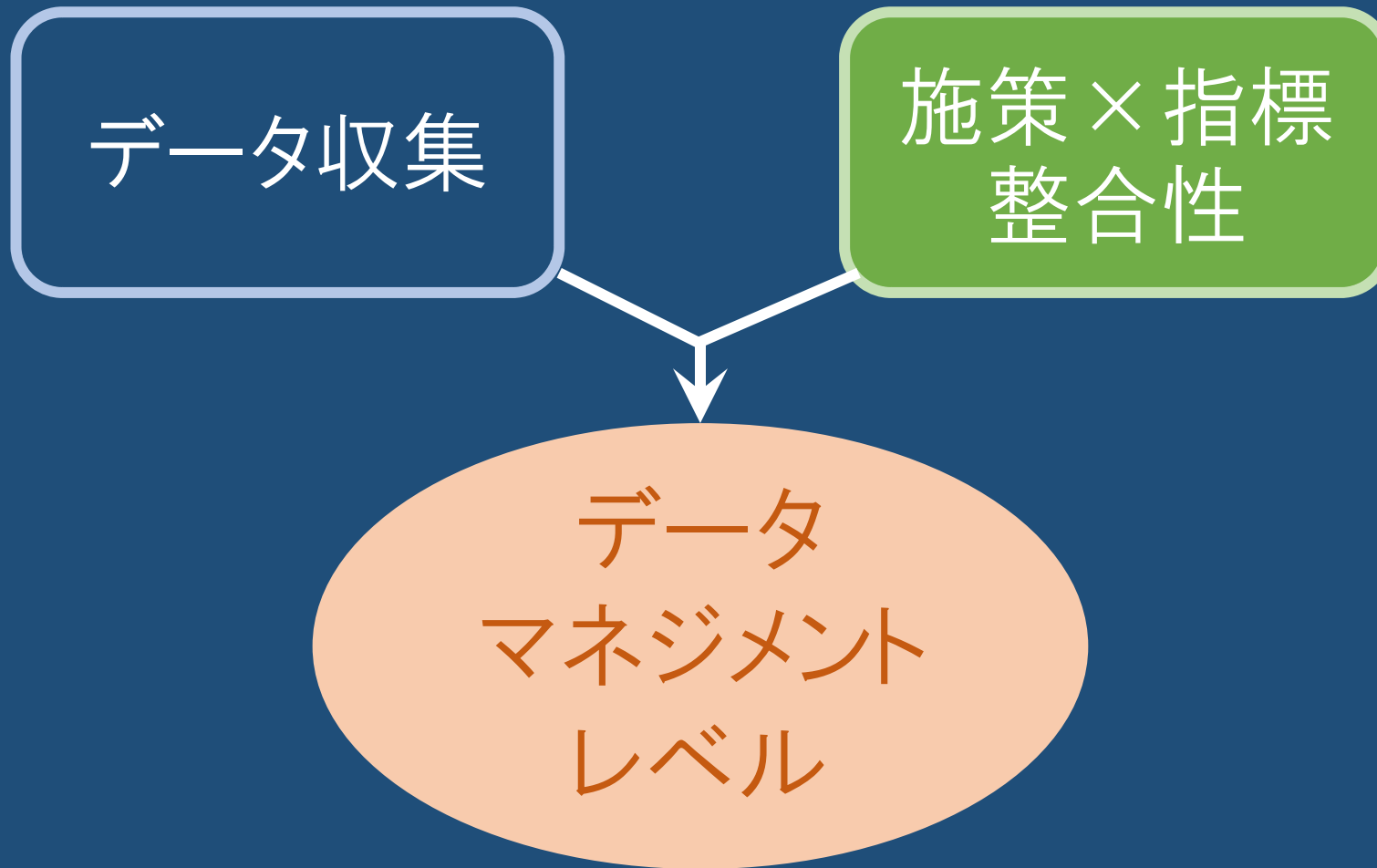
- DMOの登録要件(2/5)
- 各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づく明確なコンセプトに基づいた戦略(ブランディング)の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
 1. 各種データ等の継続的な収集・分析
 2. データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略の策定
 3. KPIの設定(少なくとも旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率の4項目については必須)・PDCAサイクルの確立

出典 観光庁：日本版DMOになるには

データマネジメントレベルの概念図



組織のデータマネジメントレベル評価



組織のデータ収集方法

報告
ベース

収集
ベース

評価項目	指標
来訪需要	宿泊者数、入込客数、観光案内所利用者数、公共交通利用者数等
商品販売	商品・サービス販売数、Webアクセス数等
消費	消費額、購入商品、域内調達率等
意識	来訪目的、満足度、認知度、興味度、観光情報入手方法等

- 報告ベース：施設等の報告により組織自ら調査しなくても取得可能なデータ
- 収集ベース：観光客等に組織自ら調査が必要なデータ

データ収集の判定

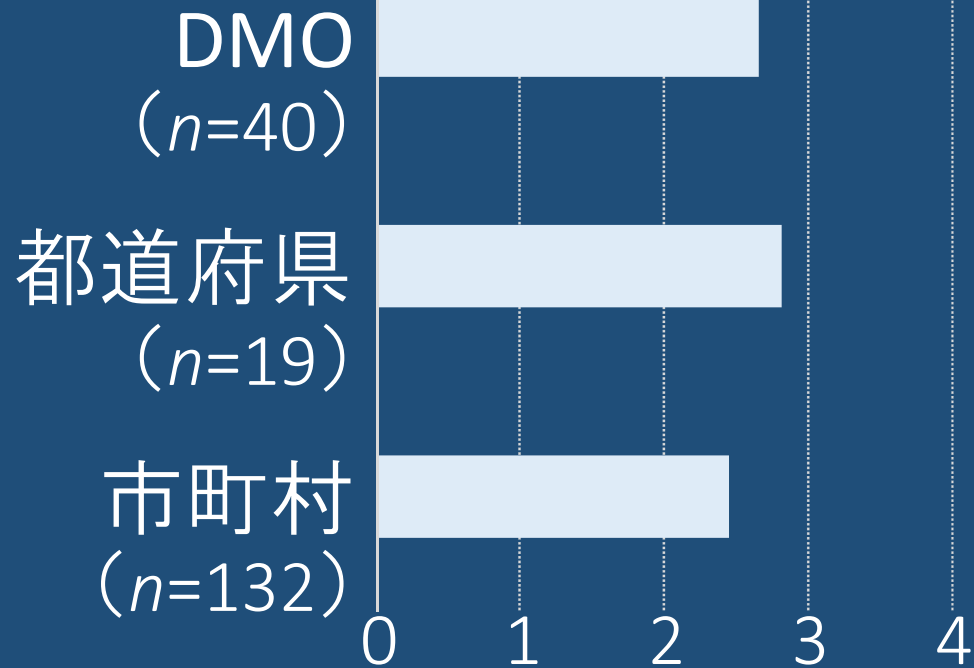
点数	要件
4	報告ベース＋収集ベースの指標を収集
3	収集ベースでの指標のみ収集
2	報告ベースでの指標のみ収集
1	いずれの指標も収集していない

整合性の判定

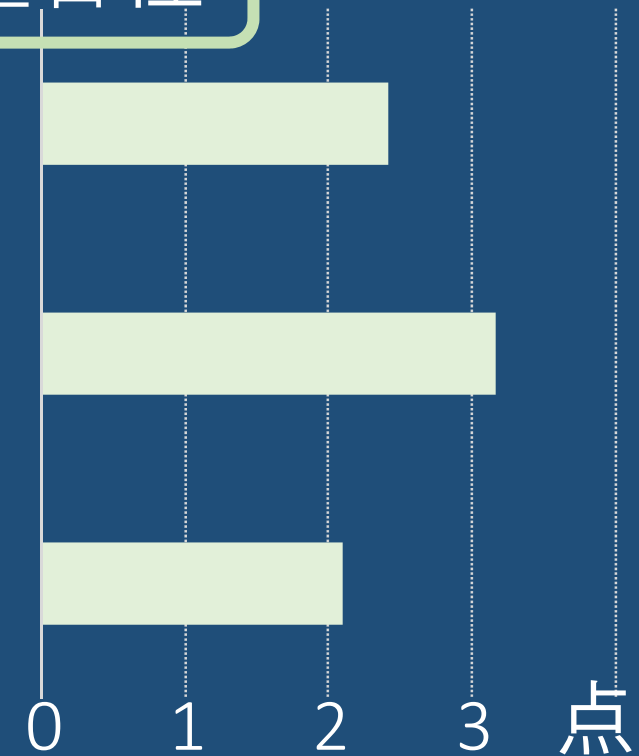
点数	要件
4	施策に対する評価項目・指標が整合
3	施策に対する評価項目・指標が不十分
2	施策に対する評価項目・指標が不整合
1	評価不能(データ分析を行っていない等)

組織別の平均点

データ収集



整合性



- 整合性は都道府県に有利
→ 宿泊旅行統計調査データ等の集計区分と一致

組織のデータマネジメントレベル評価

データ収集

1～4点

施策×指標
整合性

1～4点

データ
マネジメント
レベル

レベル	点数
A	7.0～
B	6.0～6.9
C	4.0～5.9
D	～3.9

レベルが表していること

		施策と指標の整合性			
		整合	不十分	不整合	分析なし
データ取得水準	報告＋収集	A	A	B	D
	収集	A	B	C	D
	報告	B	C	C	D
	データなし	-	-	-	D

レベル別の施策 × 評価(c)

区分	施策ニーズ	評価項目	指標
地域 DMO	まちなかの回遊 促進	施設入場券の半 券提示で、ノベル ティプレゼントによ る送客数の把握	送客数
	不十分(3)		報告ベース(2)
市町 村	隣接市とのユネ スコ無形文化遺 産の繋がりによ る観光連携	祭りへの来場者 数	鉄道乗降客数、駐車場の混雑状況、観光施設への入館状況
	不整合(2)		報告ベース(2)

レベル別の施策×評価(A)

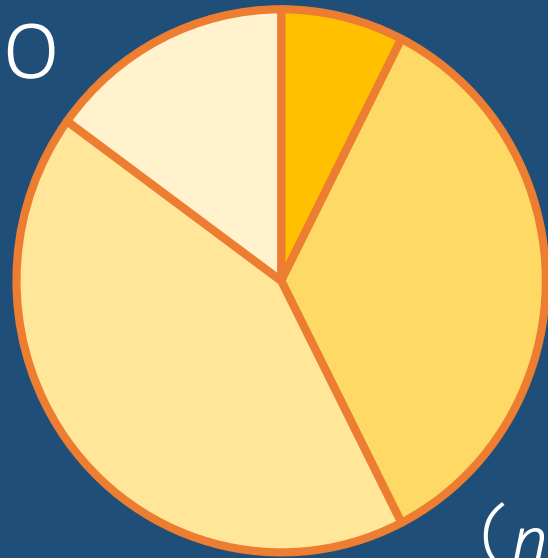
区分	施策ニーズ	評価項目	指標
地域連携DMO	宿泊施設の品質向上	品質データと満足度調査データを組み合わせ、宿泊施設ごとの来訪満足度を高めるための具体的な改善策を提示 整合(4)	宿泊施設の品質基準 評価データおよび満足度調査データ 宿泊客数 報告+収集(4)
市町村	観光ガイドマップの発行	掲載店舗の効果検証のため、掲載店へのアンケートを実施 整合(4)	客数の変化、売上の変化、効果を高めるための店側の見解 収集ベース(3)

組織別のレベル評価結果

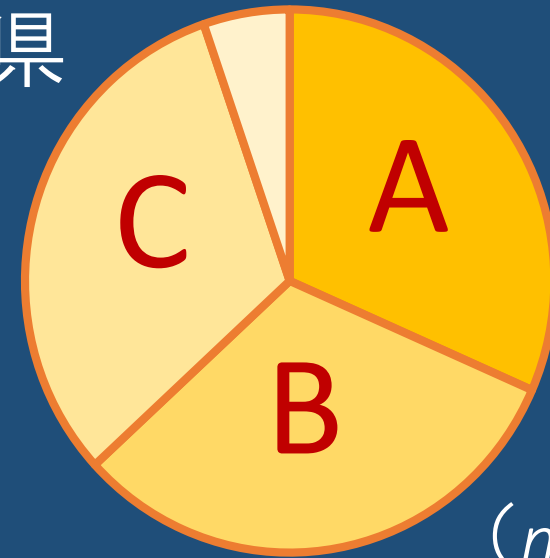
レベル	DMO	都道府県	市町村	計
A	3 (7.5%)	6 (31.6%)	16 (12.1%)	25 (13.1%)
B	14 (35.0%)	6 (31.6%)	27 (20.5%)	47 (24.6%)
C	17 (42.5%)	6 (31.6%)	52 (39.4%)	75 (39.3%)
D	6 (15.0%)	1 (5.3%)	37 (28.0%)	44 (23.0%)
計	40 (100%)	19 (100%)	132 (100%)	191 (100%)

組織別のレベル評価結果

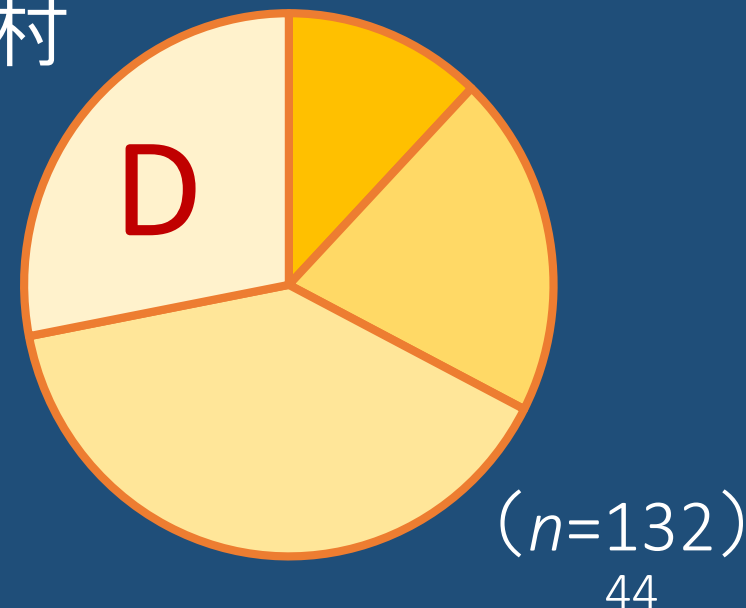
DMO



都道府県



市町村



- DMOのレベルも決して高くない
- レベルABは都道府県が多い
- レベルDは市町村に多い

地域観光組織のデータ利活用の実態と施策ニーズとの整合性

- 多様な施策ニーズがあるにも関わらず、その評価指標は限定されており、どの施策分類に対しても同じような評価がなされている
- DMOのデータマネジメントレベルが高いとはいえない
- 圧倒的多数の組織がデータマネジメントレベルが低い(B,C,D)

発表目次

1. 前回の発表要旨
2. 地域観光組織の動向
3. 地域観光組織の施策ニーズとデータ
利活用の実態分析
4. 今後の方向性

今後の研究課題

		施策と指標の整合性			
		整合	不十分	不整合	分析なし
データ取得水準	報告＋収集	②	A	B	D
	収集	A	B	C	D
	報告	B	C	C	D
	データなし	-	-	①	D

研究仮説

	研究①	研究②
対象	レベルC・Dの地域観光組織	レベルAの(一部)地域観光組織
内容	既存統計の活用 (表章単位、集計単位の見直し)	多様なデータによるマーケティング体制づくりの検討 (特定地域での分析)
データ	宿泊旅行統計調査、訪日外国人消費動向調査の個票	ニーズに基づく総合分析 ・既存統計、ビッグデータ、民間所有データの連携
提案の見通し	見直しによりどの程度の地域観光組織に適用できるか →既存統計が活用できれば、追加データの収集に資源を割ける	ニーズに基づくデータ活用のベストプラクティスを提供

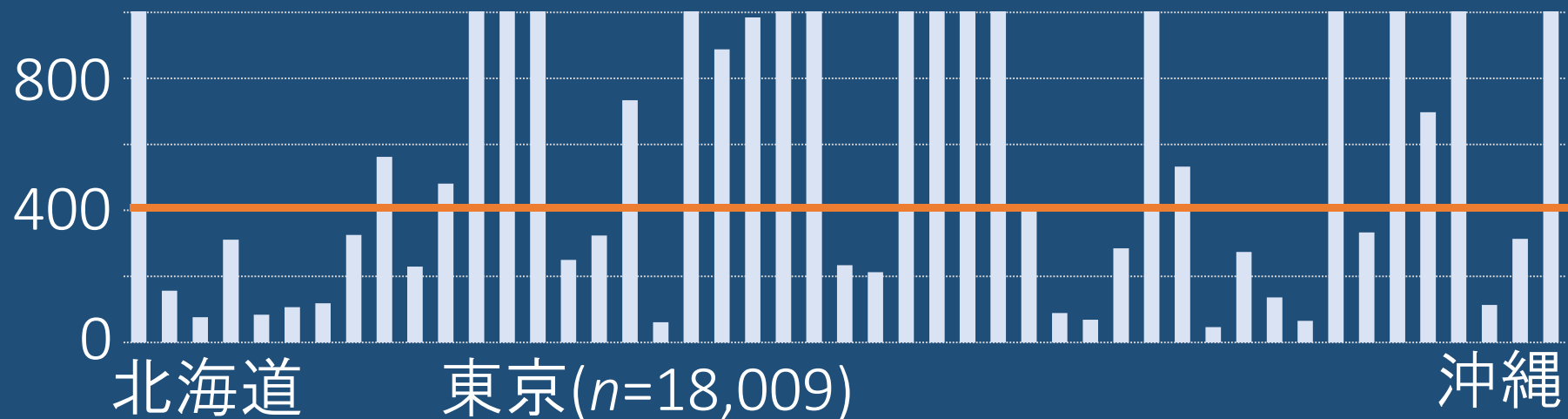
個票分析対象データ

調査名	調査目的	評価項目	調査方法
宿泊旅行統計調査	宿泊旅行の全国規模の実態把握	都道府県別・月別延べ・実宿泊者数	全宿泊施設からの申告値から推計
訪日外国人消費動向調査	インバウンド観光消費実態の把握	費目別消費額 訪問地 日本での活動内容	全国18空海港で38,000人を抽出、四半期

- 宿泊、消費に関する分析ニーズが多い
 - 現状では都道府県単位での公表にとどまる
- 集計区分の変更等によって活用の幅が広がるのでは？

訪日外国人消費動向調査の集計単位

都道府県別回答数 (誤差率20%で消費単価を推計可能)



データ 観光庁:訪日外国人消費動向調査2016年確報値

- 回答の少ない県が多い
→エリアの細分化は困難
- 地域特性(都市型、自然資源型等)に応じた消費モデル
分析を検討
→自地域に最も近いタイプの消費モデルを参照可能に

研究仮説

	研究①	研究②
対象	レベルC・Dの地域観光組織	レベルAの(一部)地域観光組織
内容	既存統計の活用 (表章単位、集計単位の見直し)	多様なデータによるマーケティング体制づくりの検討 (特定地域での分析)
データ	宿泊旅行統計調査、訪日外国人消費動向調査の個票	ニーズに基づく総合分析 ・既存統計、ビッグデータ、民間所有データの連携
提案の見通し	見直しによりどの程度の地域観光組織に適用できるか →既存統計が活用できれば、追加データの収集に資源を割ける	ニーズに基づくデータ活用のベストプラクティスを提供

次回の報告予定

文献資料 公表データ 観光関係者インタビュー

観光統計の活用に係る課題の明確化

—— 地域観光組織アンケート

施策ニーズとデータ利活用の実態分析

データマネジメントレベルの評価

レベル：低

既存統計の活用検証

└ 宿泊旅行統計調査
└ 訪日外国人消費動向調査

レベル：高

既存統計・ビッグデータ・
民間所有データとの連携
可能性検証