

2025年6月4日

一般社団法人広島県観光連盟

学校法人早稻田大学

NTT コミュニケーションズ株式会社

株式会社インテージ

株式会社電通総研

広島県の観光データを活用した誘客および消費促進の実証実験を実施

～インバウンド観光客の分析結果をふまえ、国内観光客向けに展開～

一般社団法人広島県観光連盟(以下 HIT)、学校法人早稲田大学(以下 早大)、株式会社インテージ(以下 インテージ)、株式会社電通総研(以下 電通総研)、NTT コミュニケーションズ株式会社(以下 NTT Com)は、データを活用した観光マーケティングの実証実験(以下 本実証)を 2025 年 3 月より広島県で実施しており、先行してインバウンド観光客の動態把握を行いました。その結果、誘客と消費促進に向けた施策立案へのデータ利活用の有効性を確認できたため、2025 年 6 月より国内観光客を対象とした取り組みに展開します。

1. 背景

HIT は、これまでオープンデータなどを活用し、誘客と消費促進に向けた施策を行ってきました。しかし、活用するデータの量や質が十分ではないことから、観光客の属性、流入経路、周遊ルートなどの把握が難しく、効果的な施策の実現および効果検証に課題がありました。

そこで、本実証では観光客の動態の把握・分析を行い、実際の誘客施策を実施しながら効果検証を行うことで、広島県の観光課題解決の実現に取り組みます。

2. 本実証の概要

既存のオープンデータに加え、NTT Com が提供するモバイル空間統計※¹やドコモが保有する1億規模の会員基盤データ（以下 ドコモデータ※²）、および電通総研が提供するソーシャルアナリティクスツール「QUID」を活用した SNS 分析のデータ組み合わせ、観光客の動態や SNS 上での評価などを可視化します。これをもとに立案した施策を実行するとともに、施策実施後のデータ分析を行うことでより効果的・効率的な施策の展開につなげます。

本実証では、以下①～③の取り組みを行います。

① データの収集・可視化

モバイル空間統計、ドコモデータ、アンケートや SNS 分析による定性データ等を収集し、属性分析および来訪経路など動態を可視化。

② データの分析・施策の立案

収集したデータをもとに、早大およびインテージにて各データの因果関係や課題を分析、解決に向けた観光マーケティング施策を立案。

③ 施策の実行・改善

サイネージやアプリ、ホームページ上で属性に応じたおすすめの観光スポットや周遊ルート、食事、お土産情報などを観光客に提案。施策実施後の人流データを再度収集することで、行動変容などの効果を測定し、施策の課題抽出や改善策を検討。



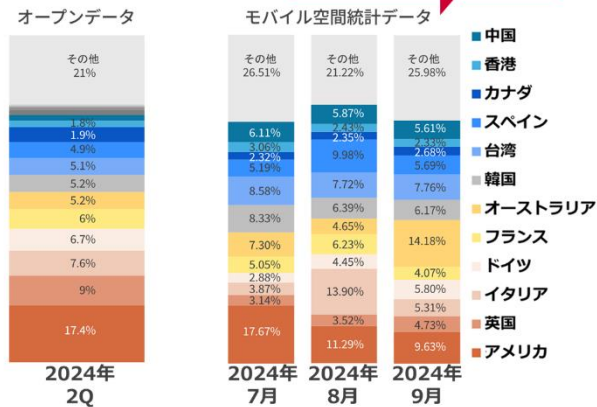
<データ収集・施策展開のイメージ>

・インバウンド観光客向け実証の概要と主な成果

3月より先行して実施したインバウンド観光客の動態把握では、データの収集と可視化により、これまでのオープンデータだけでは把握できなかった来訪者の宿泊・日帰り客数などのデータ、およびSNS分析による広島県の観光地の評価を可視化することで、国別・月別での詳細の動態が明らかとなり、施策立案への有効性を確認できました。

■ 月別・国別の来訪者

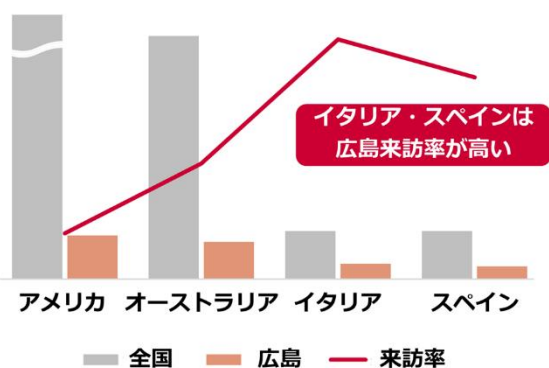
月別・最大123か国の
データ取得が可能



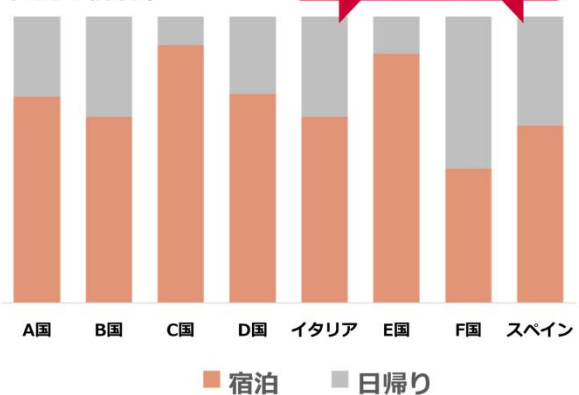
■ SNS分析（ポジティブキーワード）



■ 日本全体の訪日外客数との比較



■ 国別の宿泊率



<インバウンド観光客向けの収集データのイメージ>

・ 国内観光客向け実証概要

インバウンド観光客向けの動態把握により、施策立案におけるデータ利活用の有効性が確認できたため、6月からは国内観光客向けに展開します。インバウンド観光客向けと同様に動態の把握を行うことに加え、来訪者の属性に応じた情報発信などの実際の施策を実行します。施策実行後のデータを収集して効果検証を行い、施策の改善を継続することで、より精度の高い誘客と消費促進の実現をめざします。

3. 各社の役割

- HIT 広島県における観光課題の抽出、誘客施策の実行
- 早大 誘客施策の立案、施策実施後の効果検証
- NTT Com 人流データの可視化・提供、アンケートの設計・実施
- インテージ 人流データおよびアンケートデータの分析
- 電通総研 ソーシャルアナリティクスツールを用いた SNS 分析

4. 今後の展開

本実証での観光マーケティングの精度向上により、広島県における観光客の増加や周遊・消費促進、満足度向上を実現し、地域の活性化をめざします。また、広島県以外の他エリアへの展開、および小売業や金融業での活用、スポーツチームでのファンマーケティングなど観光分野以外にも取り組みを拡大することで、より幅広い社会課題の解決・地域創生に貢献してまいります。

NTT ドコモ、NTT Com、NTT コムウェアは、ドコモグループの法人事業を統合し、法人事業ブランド「ドコモビジネス」を展開しています。私たちは社会・産業 DX のマーケットリーダーとして「つながろう。驚きを。幸せを。」をスローガンに、人と人をつなぎ、コミュニティをつなぎ、さまざまなビジネスをつなぐことで、新たな価値を生み出し、豊かな社会の実現をめざします。

つながろう。驚きを。幸せを。



https://www.ntt.com/business/lp/docomobusiness/db2024_sol.html

※1：「モバイル空間統計」とは、NTT ドコモの携帯電話のつながる仕組みから得られる基地局運用データを基に推計された統計データです。

※2：「ドコモデータ」とは、NTT ドコモの携帯電話の回線契約者や各種サービスの利用者プロフィール、アプリで取得した位置情報など