

デジタル観光統計オープンデータ ガイドライン

公益社団法人 日本観光振興協会

総合調査研究所

1. デジタル観光統計オープンデータの概要

1-1 本ガイドラインの目的

本ガイドラインは、携帯電話の位置情報データを活用した都道府県及び市区町村における観光来訪者数に関する統計（以下「デジタル観光統計」といい、公表データを「デジタル観光統計オープンデータ」という。）について、調査地点の選定等に関する基準を共通化し、都道府県及び市区町村が利用可能な、信頼性が高く、速報性を備えた統計を作成する目的で定めるものです。

1-2 デジタル観光統計オープンデータの実施体制

デジタル観光統計オープンデータの作成及び公表は公益社団法人日本観光振興協会（以下、「日本観光振興協会」という。）にて行うものですが、調査地点の網羅的かつ適切な選定にあたっては、都道府県や市区町村における既存調査の調査地点との整合性を図るなど、相互に連携・協力して実施する必要があります。なお、日本観光振興協会は、随時ガイドラインの見直しや調査手法、推計方法の改善を行い、各都道府県及び市区町村のデジタル観光統計オープンデータの作成及び公表を行うこととしています。

2. 総則

2-1 用語の定義

（１）観光 本ガイドラインでは日本国内に居住する者が余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏（自宅から半径20km圏内と定義）を離れて旅行をし、滞在する人々の諸活動とします。

（２）観光地点 観光客を集客する力のある施設又はツーリズム等の観光活動の拠点となる地点とします。本ガイドラインでは、以下に定める要件のうち少なくとも①を満たすものを集計の対象とします。

観光地点の要件

① 観光来訪者数が適切に把握できる地点であること。

② 前年の観光来訪者数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光来訪者数が5千人以上であること。

（３）観光来訪者 日常生活圏以外の観光地点を訪れた者とします。

（４）観光来訪者数 都道府県及び市区町村の観光地点を訪れた観光来訪者の実人数をカウントした値で、例えば、1人の観光地点来訪者が当該都道府県あるいは当該市町村内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人と数えることとなります。

2-2 統計の対象とする項目

デジタル観光統計は、都道府県及び市区町村単位での観光来訪者数を統計量とします。

（１）観光来訪者数（人）

月ごとの当該都道府県及び市区町村における観光来訪者数です。なお、単位は観光来訪者の1日の来訪を1人とします。

3. デジタル観光統計の調査および推計のフロー

観光来訪者数の推計のため、別紙で示される調査対象地点の選定基準に従い、観光地点の施設や敷地形状にあわせて、10m四方メッシュの集合としてエリア範囲を設定し、観光地点を設定します。また、各観光地点に滞在した来訪者数を住民基本台帳人口に占める割合をもとに拡大推計を行った上で、都道府県および市区町村単位における日別ユニーク人数を集計し、月ごとに合算して提供します。

なお、各観光地点を訪れた来訪者数を集計するあたり、直近2ヶ月間で夜間または昼間に一定以上出現する場所をそれぞれ推定居住地域および推定勤務地域とし、推定居住地域から観光地点までの距離が20km未満の日常生活圏内移動や、観光地点に推定勤務地域が含まれる通勤・通学者の移動は集計対象から除外します。

4. デジタル観光統計オープンデータの公表

公表データ期間は2021年1月以降とし、1ヶ月周期で毎月前月分の統計量を公表します。

また、各地域による調査対象地点の変更設定を受けて、年1回、少なくとも前年分のデジタル観光統計を再集計し、同一基準による前年同期比等分析に活用するための参考情報として公表します。

5. デジタル観光統計オープンデータの取扱いに関する留意点

デジタル観光統計と共通基準による観光入込客統計とは、調査手法の違いから集計結果に乖離が生じる場合があります。そのため、活用にあたっては、下表に示す両者の調査手法の違いを適切に把握し、活用する必要があります。

表：共通基準による観光入込客統計とデジタル観光統計の調査手法の違い

	共通基準による観光入込客統計	デジタル観光統計	留意点
調査対象地点の選定方法	以下に定める要件の 全て を満たすものを集計の対象とする。 ①非日常利用が多い（月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満）と判断される地点であること。ただし、「訪問する頻度が高い者＝日常利用者である」とは言い切れない地点については、本要件を満たすものとして取り扱ってよい。また、観光政策上、特に重要である地点については、非日常利用割合が低くても、本要件を満たすものとして取り扱ってよいが、観光地点入込客数調査における入込客数は非日常利用者の分に限る。 ②観光入込客数が適切に把握できる地点であること。 ③前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上であること。	以下に定める要件のうち少なくとも①を満たすものを集計の対象とします。 ①観光来訪者数が適切に把握できる地点であること。 ②前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上であること。	デジタル観光統計は、非日常利用が多い施設であっても施設から半径20km圏内の居住者は集計対象から除外されること、また人数をカウントする人員や機器設置が不要で施設や敷地形状に則り観光施設来訪者数推計が可能であることからより多くの観光地点が設定できるため、共通基準による観光入込客統計と調査対象地点を変えて運用することが考えられる。 調査対象地点が異なれば、観光来訪者数の集計結果も異なるため、共通基準による観光入込客統計と併用する場合は、調査対象地点の違いについて説明することが望ましい。
観光地点等入込客数調査方法	都道府県及び市区町村担当者が観光地点の管理者に確認。管理者への確認が難しい場合、駅・駐車場等の交通施設の利用者から推計。	観光地点の施設や敷地形状にあわせて、10m四方メッシュの集合として設定したエリア範囲に滞在した来訪者数を、予め許諾を得て取得したスマートフォンアプリ利用者の行動ログをもとに集計し、住民基本台帳人口に占める割合をもとに拡大推計。	デジタル観光統計は、スマートフォンアプリの利用率が低い、20代未満70代以上の年齢層の来訪者数が反映されないため、当該年齢層の来訪割合が多い観光施設来訪者数は集計結果が過少になることに注意が必要となる。

日常生活行動の判定基準	目安として、片道の移動距離が80km以上または所要時間（移動時間と滞在時間の合計）が8時間以上。ただし、通勤や通学、通院などの定期的な外出（目安は週1回以上）、転居のための片道移動、交通機関の乗務を除く。	直近2ヶ月間で夜間または昼間に一定以上出現する場所をそれぞれ発地推定居住地域および推定勤務地域とし、発地推定居住地域から観光地点までの距離が20km未満の日常生活圏内移動や、観光地点に推定勤務地域が含まれる通勤・通学者の移動は集計対象から除く。	デジタル観光統計は、観光地点から推定居住地域までの距離が20km未満の対象施設来訪者数が集計対象に含まれないため、近隣者が多く商圈の狭い観光施設は観光来訪者数が過少になることに注意が必要である。
-------------	--	--	---

6. デジタル観光統計オープンデータの活用例

デジタル観光統計オープンデータを効率的かつ効果的な観光振興のための戦略の立案につなげる活用例を示します。

6-1 地域間比較による自地域ポジション分析

各市町村観光来訪者数が都道府県観光来訪者数に占める割合を「市町村来訪割合」といい、この指標を使うことで、各市町村がその都道府県全体の観光来訪者を引き寄せる度合いを相対的に評価できます。来訪割合が高い市町村は、更に多くの観光客を引き寄せるために、地域の魅力を発信し広めることに重点を置くことが考えられます。一方で来訪割合が低い市町村は、観光来訪者が他の市町村を訪れる前後での立ち寄りを促す施策を優先的に取り組むことが考えられます。

表6-1 都道府県内市町村観光来訪者数・来訪率の比較

地域	人数	来訪率（順位）
○県A市	575千人	70.3%（1位）
○県B市	106千人	13.0%（3位）
○県C町	102千人	12.5%（4位）
○県D村	112千人	13.7%（2位）
○県全体	818千人	100.0%（-）

※数字はダミー値です。

6-2 時系列比較による傾向分析

各市町村観光来訪者数の傾向を理解するために、前年同月などと比較して増減数や伸長率を調べることができます。増減数が高い地域は、その都道府県全体での観光来訪者数を増やすのに貢献したことを示し、伸長率が高い地域は、新しい観光資源の発見や開発、または観光イベントの成功などがあった可能性を示します。

表6-2 各市町村観光来訪者数の前年同月比較

地域	前年同月人数	当月人数	増減数（順位）	伸長率（順位）
○県A市	536千人	575千人	+39千人（1位）	107.3%（2位）
○県B市	104千人	106千人	+2千人（3位）	101.9%（3位）
○県C町	110千人	102千人	-8千人（4位）	92.7%（4位）
○県D村	100千人	112千人	+12千人（2位）	112.0%（1位）

※数字はダミー値です。

6-3 観光来訪者数の増減要因分析

都道府県観光来訪者数の変動は、各市町村観光来訪者数の増減人数の合計から市町村間周遊者数の増減人数を減算することで体系的に説明ができます。変動が特定の市町村の影響であれば当該地域に対する状況把握や施策を優先することが考えられますし、複数市町村全体としての変動であれば、地域全体に影響を及ぼす事象が発生している可能性があります。

表6-3 都道府県観光来訪者数増減要因の把握分析

項目	人数（順位）
○県前月観光来訪者数	719千人
○県A市観光来訪者数増減	+57千人（2位）
○県B市観光来訪者数増減	-14千人（5位）
○県C町観光来訪者数増減	+16千人（3位）
○県D村観光来訪者数増減	+59千人（1位）
○県内市町村周遊人数増減	-19千人（4位）
○県当月観光来訪者数	818千人

※数字はダミー値です。

7. 今後の課題

- ・行催事やインフラツーリズムなど観光目的の多様化への対応について

都道府県や市区町村の観光施策は、多様化する観光目的への対応が求められています。実施期間が限られる行催事や従来の観光地点ではないところで実施されるインフラツーリズムなどは、デジタル観光統計における観光来訪者数はこれらの施策効果が反映されない指標となっています。これらの施策効果の検証にあたり、観光地点に限らず地域を訪れた来訪者数を指標化することで対応できる可能性があります。ビジネス客や帰省客など観光以外の目的での入込客もカウントされることから、将来的には観光来訪者数の集計対象とする観光地点の設定にあたり、都道府県または市区町村が集計期間や対象エリアを柔軟に設定できる仕組みを整え、多様な観光目的への対応を図っていくことが望まれます。

- ・観光消費額の反映について

地域経済活性化や財源確保を目指すにあたっては、観光来訪者数だけではなく観光消費単価さらには観光消費額を把握し、それらを高めていくことが求められます。現時点で、全国の観光消費額を推計するビッグデータ調査手法は確立されていませんが、観光消費額を推計する適切な手法を開発することやデジタル観光統計と既存観光消費調査の位置づけを整理すること等、観光消費額を把握するための調査設計が必要とされています。

- ・訪日外国人の観光来訪者数について

人口減少・高齢化が進展していく中、国内交流拡大に加えて訪日外国人旅行者の誘客拡大が必要であり、観光市場の調査にあたり、訪日外国人の観光来訪者数の把握が求められます。現時点で、デジタル観光統計における訪日外国人の動態把握に活用できる可能性があるサービスは複数存在するもののいずれも開発段階であり、これらのデータの技術開発と検証をすすめ、国内旅行者と同様にガイドラインを定めて公表していくことが望まれます。

別紙 調査対象地点の選定基準

分類		備考
01	自然資源	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 山岳、高原（湿原、原野等も含み、観光の対象となっているもの。）、海岸（海岸、砂丘、岬等をいう。海水浴場は除く。） ✓ 湖沼、河川、海中、その他自然（エコツーリズムやグリーンツーリズム）は対象外とする。 ✓ 山岳は、山頂周辺に神社や展望台がある場合はその周辺、ない場合は山頂から半径概ね200～300m圏を設定し、登山道や麓は対象外とする。 ✓ 湖畔に展望台等の観光地点がある場合は、個別に登録する。 ✓ 滝周辺、峡谷は登録するが、公園内に所在する場合は公園として登録する。 ✓ 離島は島全域で設定せず、域内観光地点および出入する空港・海港を交通・乗り物として設定する。
02	史跡・城跡・城郭	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 古墳、城跡（無料の城で、城跡公園があれば公園、なければ城）、城郭（有料施設）
03	神社・寺院・教会	<ul style="list-style-type: none"> ✓ （観光利用の対象となっている）神社、寺院、モスク ✓ 参道を含めるが博物館や宝物殿など付属施設がある場合は個別に登録する。
04	庭園・公園	<ul style="list-style-type: none"> ✓ （一般の方が入場可能な）庭園、公園、広場 ✓ 神社・寺院に付属する場合は、神社・寺院・教会として登録する。運動公園は、スポーツ・アクティビティとして登録する。
05	郷土景観・街・街道	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 棚田、展望台、著名な坂 ✓ 郷土景観、街、街道全域は、都道府県および市区町村の申出により設定する。
06	美術館・博物館	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 美術館、博物館、科学館、記念・資料館
07	動植物園・水族館	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 動物園、植物園、水族館
08	建造物	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 歴史的建造物、デザインの優れた建造物（旧庁舎、橋、ダム等）。歴史的文化的価値のある建造物そのものが観光利用の対象となっているもの。
09	温泉・スパ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 湯畑、足湯、日帰り温泉施設（スーパー銭湯など温泉法に基づかない温泉類似施設やヘルスツーリズムを含む） ✓ 温泉街全域は、都道府県および市区町村の申出により設定する。
10	スポーツ・アクティビティ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 野球場、スキー場、ゴルフ場、テニスコート、キャンプ場、屋内遊技場、釣り場。なお、スポーツ観戦（野球、サッカー、メジャーゴルフトーナメント大会等）の入込を含む。 ✓ サイクリングコース、ハイキングコース、自然歩道等は対象外とする。コンサートホール、展示会場は、エンタメ・アミューズメントとして登録する。
11	海水浴場	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 海水浴場
12	エンタメ・アミューズメント	<ul style="list-style-type: none"> ✓ レジャーランド・遊園地、テーマパーク、コンサートホール、展示会場、市民ホール
13	ショッピング・サービス	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デジターセンター、観光案内所、農水産品等の直売所、物産館、道の駅 ✓ その他商業施設は、都道府県および市区町村の申出により設定する。 ✓ 遺構は、史跡または建造物として登録する。
14	交通・乗り物	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 高速道路のサービスエリア・パーキングエリア（ただし、単なる休憩機能のみの施設は除く。）、離島の空港・海港を対象とする。なお、駅、離島以外の空港・海港などは対象外とする。

参考別紙 調査対象地点の選定基準 比較表

観光入込客統計に関する共通基準			デジタル観光統計ガイドライン案		
分類		備考	分類		備考
1 観光地点			1 観光地点		
01	自然			(廃止)	
01	山岳	広大な地域を対象とする場合は入込客数のダブルカウントに留意する。	01	自然資源	<p>山岳、高原(湿原、原野等も含み、観光の対象となっているもの。)、海岸(海岸、砂丘、岬等をいう。海水浴場は除く。)</p> <p>湖沼、河川、海中、その他自然(エコツーリズムやグリーンツーリズム)は対象外とする。</p> <p>山岳は、山頂周辺に神社や展望台がある場合はその周辺、ない場合は山頂から概ね半径200~300m圏を設定し、登山道や麓は対象外とする。</p> <p>湖畔に展望台等の観光地点がある場合は、個別に登録する。</p> <p>滝周辺、峡谷は登録するが、公園内に所在する場合は公園として登録する。</p> <p>離島は島全域で設定せず、域内観光地点および出入する空港・海港を交通・乗り物として設定する。</p>
02	高原	湿原、原野等も含み、観光の対象となっているもの。			
03	湖沼	人造湖含む。			
04	河川	峡谷、滝等を含む。			
05	海岸	海岸、砂丘、岬等をいう。海水浴場は、スポーツ・レクリエーションに分類する。			
06	海中	自然公園法で海中公園に指定されている地区や海中景観の優れた地区等。			
07	島	離島。			
99	その他自然	エコツーリズム(自然環境を対象とし、それらを損なうことなく、それらを体験し学ぶ観光)、グリーンツーリズム(農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動)等は、ここに整理。			
02	歴史・文化			(廃止)	
01	史跡	古墳、貝塚、城跡、古戦場等。	02	史跡・城跡・城郭	古墳、城跡(無料の城で、城跡公園があれば公園、なければ城)、城郭(有料施設)
02	城	天守あるいはやぐらを有する城。(復元されたものも含む。城跡は史跡で整理する。)			
03	神社・仏閣	観光利用の対象として扱っているもの。	03	神社・寺院・教会	(観光利用の対象となっている)神社、寺院、モスク 参道を含めるが博物館や宝物殿など附属施設がある場合は個別に登録する。
04	庭園	一般の方が入場可能な庭園。	04	庭園・公園	(一般の方が入場可能な)庭園、公園 神社・寺院に付属する場合は、神社・寺院・教会として登録する。運動公園は、スポーツ・アクティビティとして登録する。

05	歴史的まち並み、旧街道	歴史的に魅力があり、観光利用の対象として扱っているもの。	05	郷土景観・街・街道	棚田、展望台、著名な坂 郷土景観、街、街道全域は、都道府県および市区町村の申出により設定する。
06	博物館	博物館等の定めないものも含む。	06	美術館・博物館	美術館、博物館、科学館、記念・資料館
07	美術館	ギャラリー、絵画館を含む。			
08	記念・資料館				
09	動・植物園	サファリパーク、鳥類園を含む。	07	動植物園・水族館	動物園、植物園、水族館
10	水族館				
11	産業観光	産業観光(歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うもの。)例:ワイナリー、ビール園、酒造見学等。	13	ショッピング・サービス	遺構は、史跡または建造物として登録する。
12	歴史的建造物	歴史的建造物、デザインの優れた建造物(橋や駅、ビル、タワー、ダム等)。歴史的文化的価値のある建造物そのものが観光利用の対象となっているもの。	08	建造物	歴史的建造物、デザインの優れた建造物(旧庁舎、橋、ダム等)。歴史的文化的価値のある建造物そのものが観光利用の対象となっているもの。
99	その他歴史				
03	温泉・健康		(廃止)		
01	温泉地	温泉法に基づくもの。「〇〇温泉」と同じ名のつくエリアの宿泊および日帰りの温泉施設全体を一つの地点として取り扱う。なお湯畑等の観光施設を別地点としても差し支えかまわないが、重複して入込客数をカウントしないように留意する。	09	温泉・スパ	湯畑、足湯、日帰り温泉施設(スーパー銭湯など温泉法に基づかない温泉類似施設やヘルスツーリズムを含む) 温泉街全域は、都道府県および市区町村の申出により設定する。
02	その他温泉・健康	温泉法に基づかない温泉類似施設。スーパー銭湯等については日常利用の多寡に留意する。ヘルスツーリズム(自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する新しい観光形態)。			
04	スポーツ・レクリエーション		(廃止)		
01	スポーツ・レクリエーション施設	ゴルフ場、テニス場、スケート場、プール、サイクリングコース、ハイキングコース、複合的スポーツリゾート施設等。・自然歩道、自然研究路を含む。日常利用の多寡に注意する。(例:・ゴルフ練習場は含まない。レジャー的要素がなく日常利用が大半を占める運動用プール等は含まない。河川敷のサイクリングコース等で日常利用者が大半を占め	10	スポーツ・アクティビティ	野球場、スキー場、ゴルフ場、テニスコート、キャンプ場、屋内遊技場、釣り場。なお、スポーツ観戦(野球、サッカー、メジャーゴルフトーナメント大会等)の入込を含む。

		るものは含まない。スポーツ観戦(野球、サッカー、メジャーゴルフトーナメント大会等)の入込は含まない。			サイクリングコース、ハイキングコース、自然歩道等は対象外とする。コンサートホール、展示会場は、エンタメ・アミューズメントとして登録する。
02	スキー場				
03	キャンプ場				
04	釣り場	具体的な箇所を特定できる「釣り場」を地点とする。「自然」の「湖沼」や「河川」と重複しないように留意する。			
05	海水浴場		11	海水浴場	海水浴場
06	マリーナ・ヨットハーバー				(対象外)
07	公園	イベントの開催やピクニック等の目的となる公園を対象とし、施設のない公園や総合運動公園で日常利用者が大半を占めるものは含まない。なお、公園等を会場とする行祭事・イベントへの参加に係る人数は行祭事・イベントに分類する。	04	庭園・公園	(一般の方が入場可能な)庭園、公園、広場
08	レジャーランド・遊園地	【日本標準産業分類における定義】各種遊戯施設により娯楽を提供する事業所をいう。【特定サービス産業実態調査(経済産業省)における定義】樹木、池等自然の環境を有し、かつ、有料の各種遊戯施設を配置し、客に娯楽を提供する業務を営む事業所(客が直接に硬貨・メダル・カード等を投入するものを除き、3種類以上の遊戯施設を有するもの)をいう。	12	エンタメ・アミューズメント	レジャーランド・遊園地、テーマパーク、コンサートホール、展示会場、市民ホール
09	テーマパーク	【日本標準産業分類における定義】文化、歴史、科学等に関する特定のテーマに基づき施設全体の環境づくりを行い、各種遊戯施設により娯楽を提供する事業所をいう。【特定サービス産業実態調査(経済産業省)における定義】入場料をとり、特定のテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関連するアトラクションを有し、パレードやイベント等のソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する事業所をいう。			
99	その他スポーツ・レクリエーション				
05	都市型観光 -買物・食等-			(廃止)	
01	商業施設	郊外ショッピングセンター、駅前商店街等で日常利用が大半を占めるものは含まない。	13	ショッピング・サービス	都道府県および市区町村の申出により設定する。

02	地区・商店街	朝市・市場等で日常利用が大半を占めるものは含めない。			
03	食・グルメ	食をテーマとした観光利用の拠点。日常利用の多寡に留意すること。	13	ショッピング・サービス	都道府県および市区町村の申出により設定する。
99	その他都市型観光 －買物・食等－	農水産品等の直売所、物産館等はここに含める。	13	ショッピング・サービス	ビジターセンター、観光案内所、農水産品等の直売所、物産館
06	その他			(廃止)	
99	他に分類されない観光地点	道の駅、パーキングエリア等はこちらに含める。ただし単なる休憩機能のみの施設は除く。	13	ショッピング・サービス	道の駅
－	(対象外)	－	14	交通・乗り物	高速道路のサービスエリア・パーキングエリア(ただし、単なる休憩機能のみの施設は除く。)、離島の空港・海港を対象とする。なお、駅、離島以外の空港・海港などは対象外とする。
2 行祭事・イベント				(廃止)	
01	行祭事・イベント			(廃止)	
01	行・祭事	見学者、参加者すべてを入込客数に含める。		(廃止)	
02	花見	観光地点としての入込客と、特定の時期に集中するイベントへの入込客は、区分することが望ましい。地点の入込客のうち花見分を区分し、観光地点の入込客数からはこの分を除くこと(日数や他月の平均値利用等の推計でも可)。			
03	初詣	地点の入込客のうち、初詣分を区分。観光地点の入込客数からはこの分を除くこと(日数や他月の平均値利用等の推計でも可)。			
04	花火大会	地点の入込客のうち、花火大会分を区分。観光地点の入込客数からはこの分を除くこと(日数や他月の平均値利用等の推計でも可)。			
05	郷土芸能				
06	地域風俗				

07	博覧会				
08	コンサート	野外コンサート含む。			
09	スポーツ観戦	参加者も含む。			
10	映画祭	施設としての映画館は含まない。			
11	コンベンション・ 国際会議				
99	他に分類されな い行祭事・イベ ント	イベント会場でイベントごとの観光入込客数を集計しない場合は、こ こでまとめて整理。			