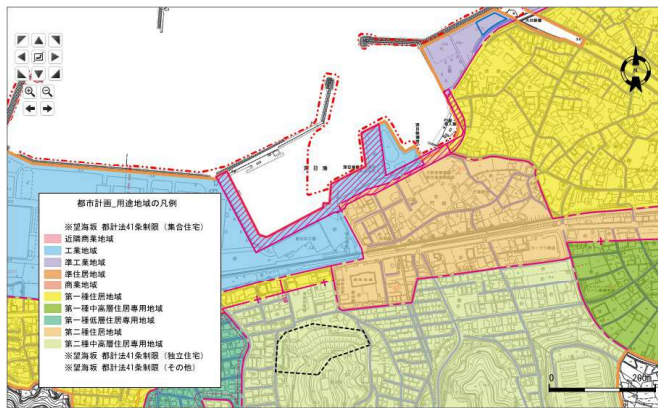


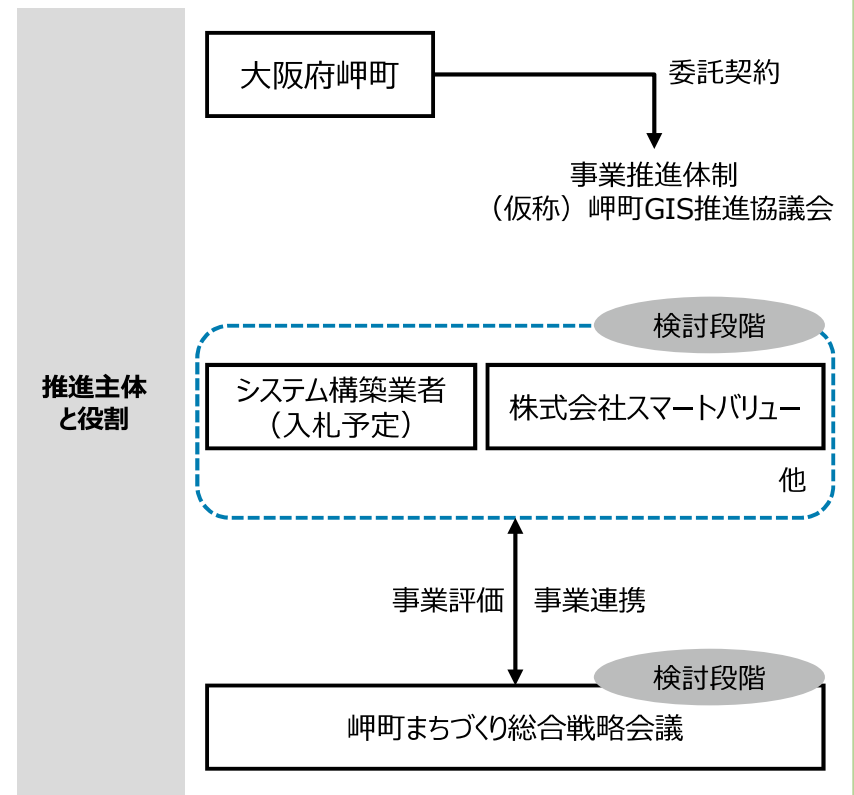
事例16：大阪府岬町（1/2）

1. 事業の概要

事業名	GIS活用によるインフラ情報のデジタル化事業
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> 行政情報をデジタル化し、GIS（地理情報システム）を活用した情報公開や地形データを整備することを目的としている。 問い合わせ対応にはチャットボットを導入し、住民や事業者がいつでもどこでも必要な情報を簡単に取得できる環境を整え、利便性の向上と対面機会の削減を図る。



2. 実施体制



3. 設定した主なKPIと達成状況

指標名 (単位)	種別
① 公開型GISのアクセス件数	アウトプット
② チャットボット利用数	アウトプット
③ GIS利用者アンケート結果 (満足度)	アウトカム
④ 電話・窓口問合せ件数 (都市計画業務)	アウトカム

達成した成果
<ul style="list-style-type: none"> デジタルサービスの利用拡大を目指し、公開型GISやチャットボットの周知活動や機能改善を行い、両サービスの利用件数が大幅に増加し、多くの利用者に利便性の高い情報提供が実現できた。 利用者アンケートでは満足度・解決度が向上し、利用者の自己解決率が高まり、職員の業務効率化にもつながるなど、組織全体のサービス品質向上に寄与した。

事例16：大阪府岬町（2/2）

4. 大項目別の特徴的な取組

ここがポイント！

- アンケートやログの分析、ヒアリングなど、多様な方法で収集した課題を一元管理し共有することで、サービス改善に活用
- 動画や図解により、利用者の理解促進を深める情報を発信し、内容についても持続的に改善を実施

推進体制

サービス実装運営

周知広報

評価改善

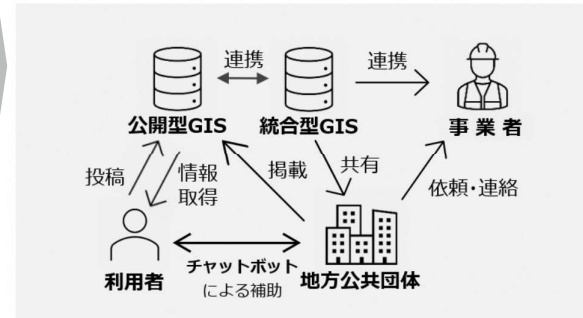
取組① 多様な方法での課題の把握と一元管理による共有

- サービス実装と運用における意見収集は、改善の基盤として重要であるという認識のもと、オンラインや紙媒体で定期的にアンケート調査を実施し、利用者の満足度や要望を幅広く収集した。
- チャットボットの会話ログや電話問い合わせの内容を分析することで、よくある質問や課題を把握し、担当者から直接意見をヒアリングしたうえで、現場での課題抽出を行った。
- 収集した意見は専用ツールで一元管理することで関係者間で共有し、分析したうえで、改善策の検討・実施を行った。
- このような仕組みを継続することで、利用者ニーズに即した柔軟かつ効果的なサービス運用を目指している。

取組② 動画や図解による分かりやすい情報発信と持続的な改善

- 住民の要望に応じて、必要な情報を取りまとめて整理するなど、住民が求めている情報に細やかなレベルで対応できるよう準備をしている。
- 利用者に対して、ホームページの特設ページやLINE公式アカウント、SNSを積極的に活用し、動画や図解を取り入れるなど、わかりやすく具体的な情報発信を行っている。
- 定期的にアクセス解析やアンケートを実施し、広報効果を評価・分析を行っており、その結果を基に内容や方法を改善し、PDCAサイクルを回しながら持続的に周知広報の質を向上させている。

- 電話窓口への問い合わせについては、専門的な内容に関する問い合わせから、使い方に関する質問へと傾向の変化が見られており、チャットボットの質問パターンや選択肢の見直し、利用者の入力傾向に応じた返答強化を進めるなど、改善を進めている。
＜サービスイメージ＞



- 「役所に行かなくても都市計画情報が確認できる」「自宅周辺のハザードマップが簡単に見られて安心」といった前向きな意見が多く寄せられており、特に地図の見やすさや、スマートフォンからのアクセスのしやすさは好評でした。

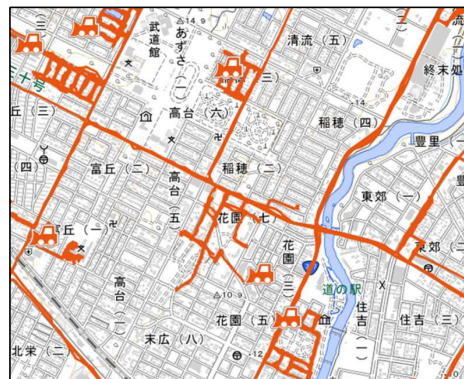


事例17：北海道千歳市（1/2）

1. 事業の概要

事業名	GPS除雪情報システム整備事業
事業概要	<p>● 公共除雪車両にGPS機能付き携帯端末を設置し、下記の機能を整備する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 稼働状況確認機能（除雪車の稼働状況の確認） 一般公開確認機能（市民への一般公開） 警告地点登録機能（マンホール等の注意地点を登録） 苦情管理機能（苦情要望等の一元管理など） 自動集計機能（日報を自動集計） 稼働状況報告機能（除雪業者からの報告を電子化し、事務作業の効率化）

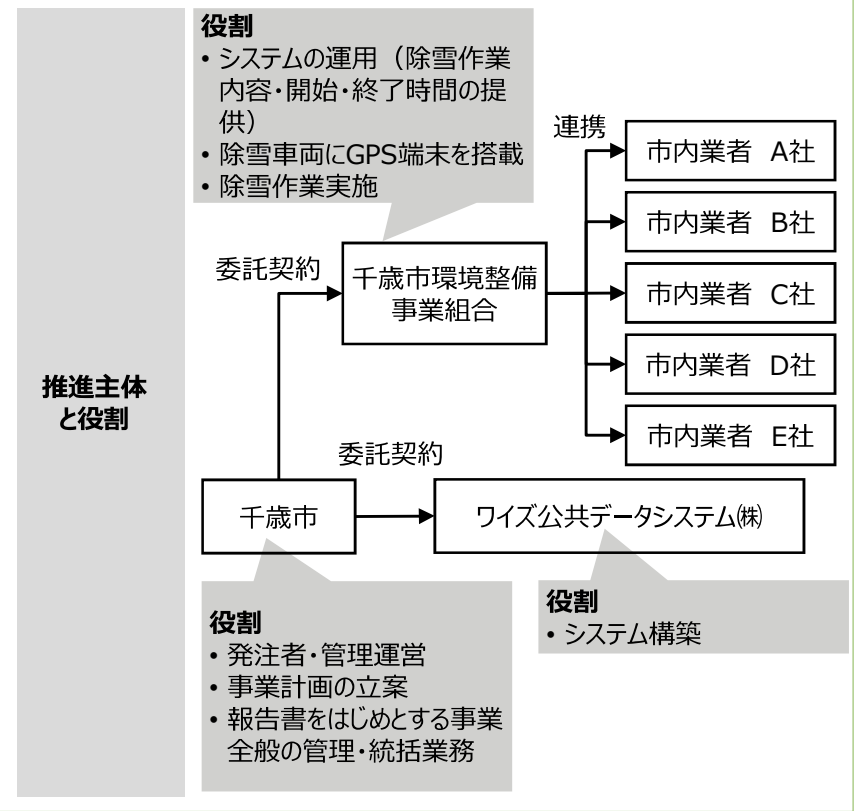
● 稼働状況確認機能



● 警告地点登録機能



2. 実施体制



3. 設定した主なKPIと達成状況

指標名（単位）	種別
① 市民公開用サイトのアクセス件数	アウトプット
② GPS除雪情報システムの市民満足度アンケート	アウトカム
③ 除雪作業による破損物件の修繕件数	アウトカム
④ 除排雪作業集計時間（業者側）【短縮効果】	アウトカム

達成した成果
<ul style="list-style-type: none"> 市公式ホームページ、市公式SNSにより情報発信を実施したほか、市内に全戸配布する広報、除雪パンフレットなどに市民公開用サイトのURLを記載した結果、目標を大きく上回る件数のアクセスを記録し、市民アンケートでも満足度は高かった。 今まで約1週間程度掛かっていた除雪車の作業日報の整理・提出についても、稼働データの集計をシステム化することで3日に短縮することができた。

事例17：北海道千歳市（2/2）

4. 大項目別の特徴的な取組

ここがポイント！

- 市の職員や委託業者だけでなく、現場の担当者も交えた情報共有により、現場目線での迅速なサービス改善を実現
- 地域の代表者を含めた連絡会議の中でKPI指標の進捗状況を共有し、多角的な評価を実施

推進体制

サービス
実装
運営

周知
広報

評価
改善

取組① 現場の関係者を交えたサービス改善体制の構築

- 月に1回程度の定例会議のほか、課題や改善点が見つかった際には、その都度、委託業者に加えて、除雪を実施する連携業者も含めて情報共有を図ったことで、課題の抽出や解決策などについて洗い出すことができ、システム構築及び推進体制の構築を円滑に行うことができた。
- 除雪業者や除雪機械のオペレーターに対してもヒアリングを行っており、除雪車が実際には通っていない場所に走行軌跡が表示されてしまうというエラーに対応するため、サーバーの位置情報送信間隔や画面の更新間隔を短縮するなど、現場目線でのサービス改善がなされている。

取組② 地域住民も含めた評価体制の確立

- 地域の代表者と除雪業者、市の三者が地域課題等について話し合う除雪連絡会議で、各KPI指標を共有し、指標が計画通り推移しているか検証している。
- 除雪作業事業者からの意見だけでなく、市民からのアンケート結果も含めて課題を整理し、最新の利用者ニーズに対応した、使いやすいシステムへの改善を進めている。

- ・ 「サーバースペックの強化」と「サーバーへの位置情報送信時間」を変更し、マップの精度向上を図っている。
- ・ 除雪オペレータへの警告案内をビープ音から音声案内（「マンホールがあります」、「橋梁継ぎ目があります」など）へ変更し、施設破損の減少に取り組んでいる。

【システムの変更】



今後も「市民からのアンケート結果」や「除雪連絡会議」等の意見を分析し、システムの向上や改善などを行っていく。

【除雪連絡会議】



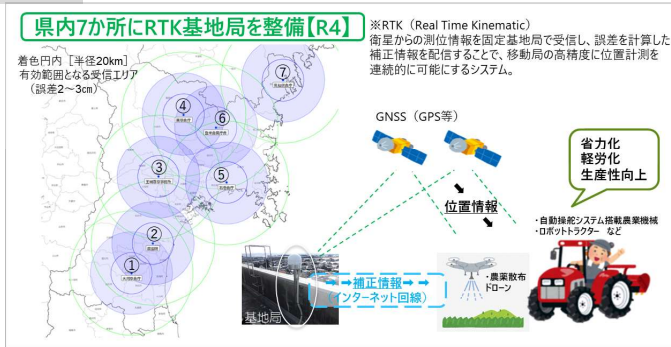
事例18：宮城県（1/2）

1. 事業の概要

事業名 RTK基地局全域整備等によるスマート農業実装拡大事業

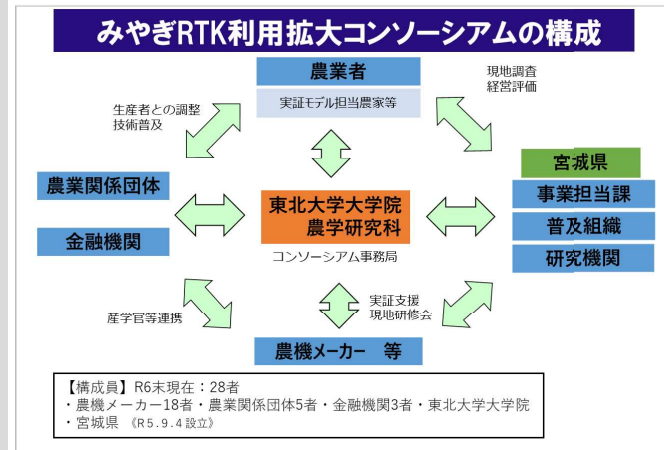
事業概要

- 県が県内主要箇所へ高精度な作業に必要な**RTK基地局を整備し、県内全域でスマート農機を活用できる環境を整える**とともに、**農業者の「自動操舵システム」等の実装を支援**し、利用拡大と標準化を図る。また、自立的な管理運営体制の構築を図る。
- 「みやぎスマート農業推進ネットワーク」や連携協定を締結している(株)クボタやヤンマーアグリジャパン(株)などと協力し、技術的なアドバイスや実演会、検討会等を行い、効率的な農業経営の展開、規模の拡大を図る。



2. 実施体制

推進主体と役割



3. 設定した主なKPIと達成状況

指標名（単位）	種別
① 「自動操舵システム」等RTK関連機器を活用する経営体数（個）	アウトプット
② 農作業における労働時間の削減（%）	アウトカム

達成した成果
<ul style="list-style-type: none"> 「自動操舵システム」等RTK関連機器を活用する経営体数は、事業開始以降、2年連続で増加しており、スマート農機の活用が図られている。 その結果、農作業における労働時間も平均で15%以上削減することができ、目標を達成した。

事例18：宮城県（2/2）

4. 大項目別の特徴的な取組

ここがポイント！

- スマート農業の自律運営を図るための、個々の利用者へのワンストップ支援を実施
- コンソーシアム内での情報共有によりノウハウを蓄積し自律的・継続的なサービス改善を推進

推進体制

サービス
実装
運営

周知
広報

評価
改善

取組① 将来的な自律運営を目指した支援体制の構築

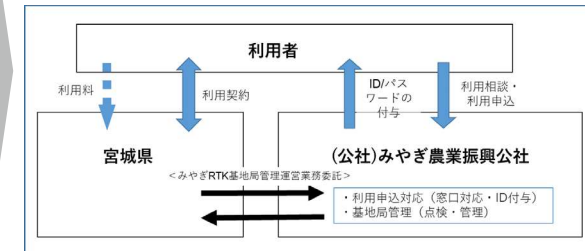
- 本事業は、県内全域にスマート農業機械を普及・拡大させていくことを目的としており、RTK基地局を行政側で整備することにより、**スマート農業に掛かる農家の費用負担や事務手続きの軽減**させ、**持続可能な運営**を目指している。
- RTK基地局の利用・申込に係る業務の一部を外部委託するとともに、課内にも新たに**スマート農業コンシェルジュ**を配置し、**スマート農業技術の導入から活用まで、利用者個々の経営状況に応じたワンストップ支援**を行っている。
- 県内全域をカバーし利用者が多いことで、**少額な費用負担でスマート農業機器による作業の省力化・効率化が実現**できており、農業従事者の負担軽減ややりがい向上につながっている。

取組② コンソーシアム内での情報共有による継続的なサービス改善

- 県では、RTK基地局の利用をさらに拡大するため、**県と大学、民間企業等によるコンソーシアム**を2023年度に設立し、活用事例の把握や改善策の検討、情報発信などを行っている。
- **コンソーシアム内で、利用ユーザー数や導入されたスマート農機の内訳等の情報を共有**し、今後の事業及び施策の方向性を検討していくとともに、**利用ユーザーへのアンケート調査などをもとにしたサービス改善**を図っており、トラブル事例のノウハウを蓄積し情報共有を行うことで、効果的なユーザーサポートにつなげている。

県内多くの農業者の方に利用していただけているため、自律的な運営に必要な収入を賄うことができている。

【宮城県RTKシステム運用スキーム】



産学官連携によるコンソーシアムを設立し、農業者の軽労化や生産性の向上に向けセミナーや現地研修会を実施した。

【みやぎRTKシステム利用拡大コンソーシアム現地研修会】



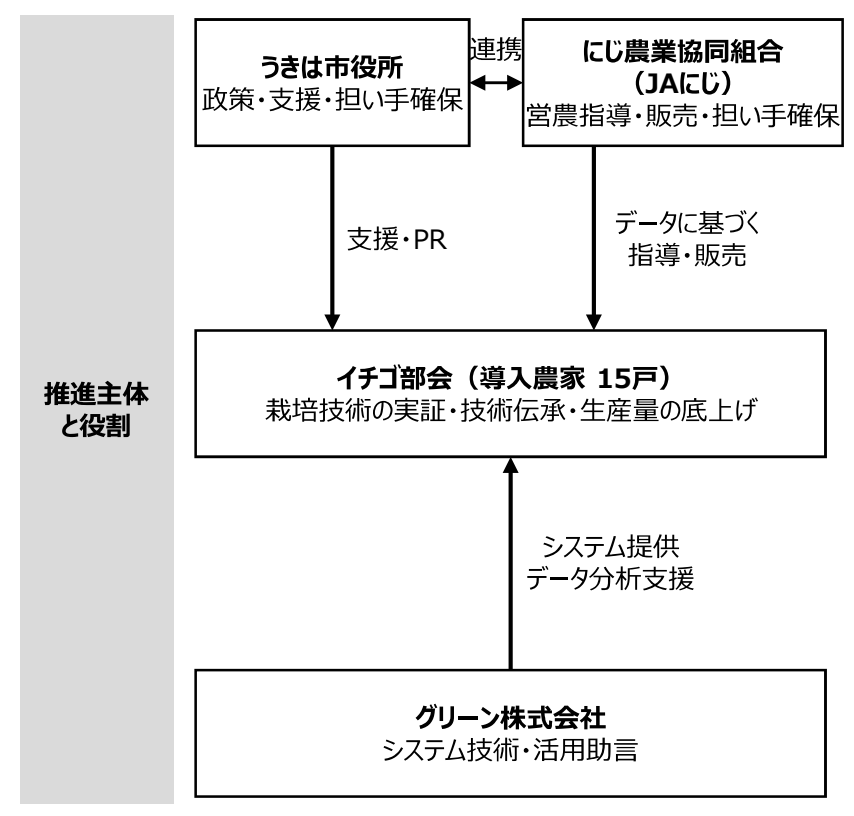
事例19：福岡県うきは市（1/2）

1. 事業の概要

事業名	スマート農業によるうきはブランドの価値向上
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> 農業分野での高齢化や新規就農者の少なさ、生産量の課題に対して、IoT導入と農業情報のプラットフォームの構築により、高品質なブランド作物として価値向上を目指すと同時に、新規就農者の増加や生産技術の向上や継承を目指す。 具体的には、各農家のいちごハウスに各種センサー機能をもった機器を設置し、取得したデータをうきは市の農業情報プラットフォームに集約することで、より高品質でブランド化されたイチゴの生産と生産技術の向上や継承を目指す



2. 実施体制



3. 設定した主なKPIと達成状況

指標名 (単位)	種別
① データ収集・分析する作物の種類数	アウトプット
② データ収集・分析した面積 (農家数)	アウトプット
③ いちごの生産量	アウトカム
④ 新規就農者	アウトカム

達成した成果
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農家のハウスにIoT機器を設置し、環境データの見える化で収量・所得向上を図っている。若手・新規就農者への技術承継を目的に、栽培データの取得・分析・共有で成果を確認できた。 ✓ 担い手の高齢化で産地は縮小傾向だが、いちごの新規参入希望は増加傾向にあり、ベテランと新規が環境を共有・比較できる体制整備が産地維持に役立っている。

事例19：福岡県うきは市（2/2）

農林水産

スマート農業

4. 大項目別の特徴的な取組

ここがポイント！

- 幅広い関係者が一元的に取り組むことにより、サービス利用者である若手生産者と信頼関係を構築しやすい環境を整備
- JAの広報誌などによりデータを見える化することで、データに基づく改善の重要性を分かりやすい形で普及

推進体制

サービス
実装
運営

周知
広報

評価
改善

取組① 一元的な取組による信頼関係構築のための環境整備

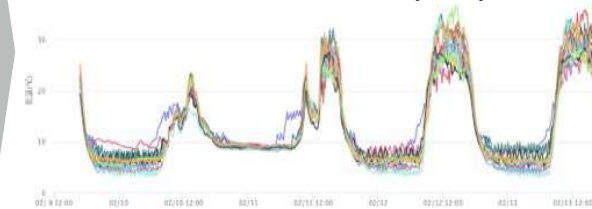
- 推進体制について、JAにしのいちご部会、部会担当者、経営指導関係の担当者、うきは市、福岡県農業改良普及センター、グリーン株式会社（システム事業者）と**幅広い関係者が関与**しており、作業工程などの打ち合わせや活用について考察を行うなど、**生産から経営、システム活用まで一元的に取組**を進めている。
- 設置者間のハウス内環境データを見える化し共有することにより、**他の生産者と比較し分析することで、不足している部分を補う**ことを可能としており、ベテラン農家が若手生産者のハウス内環境データを**確認し、的確なアドバイス**をすることもできる他、営農指導員はスマートフォンで各農家のデータを**確認**することで、**素早い営農指導**に取り組むことができるなど、**若手生産者にとって信頼関係を構築しやすい環境が整備**されている。

取組② データの見える化による既存就農者も巻き込んだ事業改善

- **データを見える化**することで、これまでの生産状況を把握でき、JA組合員に対し**データに基づく農業への大切さの普及**に繋がっており、新規就農者から熟練者までシステムを活用することにより、栽培過程の改善を進めている。
- 次年度の生産に向けて講習会なども実施し、**データを共有することで収量及び所得向上を図っていく意識を醸成**しており、**新規就農者の増加や生産技術の向上や継承**を図っている。

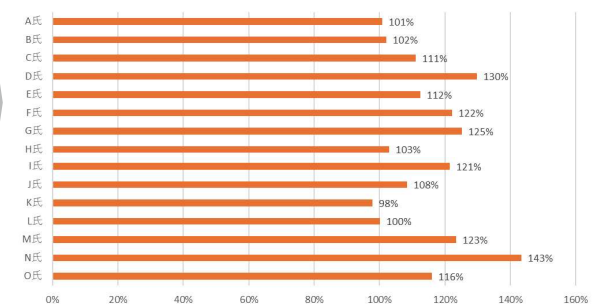
- 設置者間のハウス内環境データを見える化し共有することで、それぞれが不足している技術や改善すべきポイントを発見することができている。

設置者ごとの気温推移(抜粋)



- うきは市内のイチゴ生産の強化ができるよう、イチゴ部会の多くの方に導入してもらい取組を進めており、その成果をもとに、他の作物への展開も予定している。

令和6年度の生産量の増減率（※令和5年を100%とする）



事例20：沖縄県（1/2）

防犯
見守りサービス

1. 事業の概要

事業名 **高齢者等のみまもり支援事業
(離島・過疎地域づくりDX促進事業)**

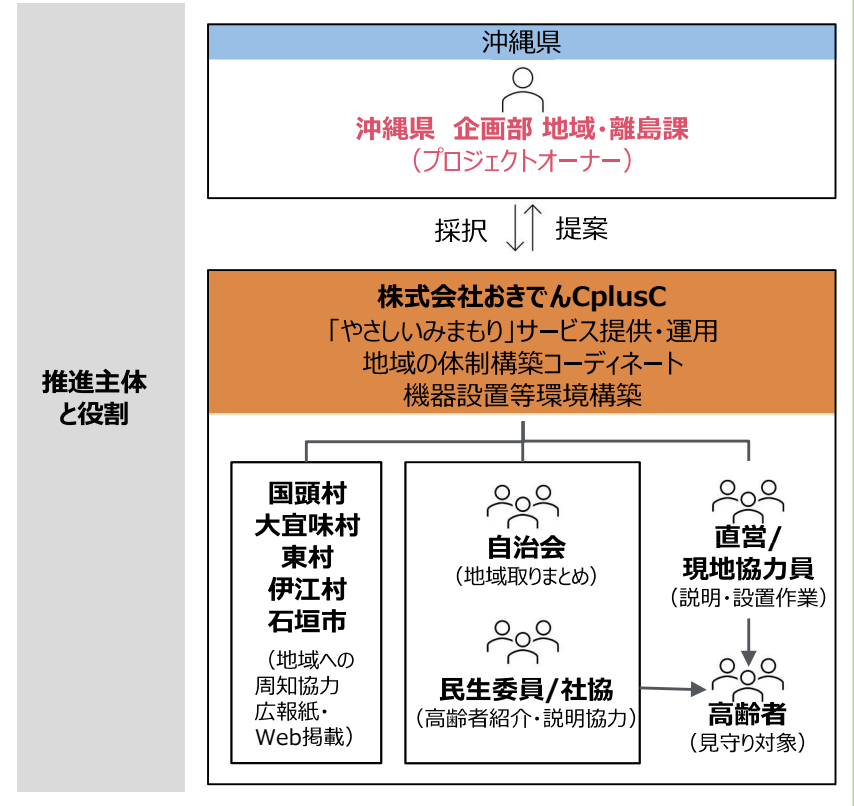
事業概要

- 離島・過疎地域の条件不利地域と都市との格差を縮めるため、デジタル技術の活用により、離島・過疎地域の個性を活かしながら、地域課題の解決と持続可能な社会の形成を目指す。
- ① **高齢者等のみまもり支援**
- ② **ICTを活用した独居老人等のみまもり支援**

上記の地域全体でのみまもり支援に加え、センサーを設置した世帯の生活の活動状況、呼吸検知や睡眠データを取得するご家族向けアプリによる、新たなみまもり方法も実施【事業イメージ】



2. 実施体制



3. 設定した主なKPIと達成状況

指標名 (単位)	種別
① ICTを利用したみまもりを実施する世帯 (世帯)	アウトプット
② サービス利用の満足度 (ポイント)	アウトカム

達成した成果

✓ **導入の手間が少ない機器**を活用したことに加えて、機器の設置後も**機器等の不良や操作がわからない等の問い合わせに対して電話、訪問等の方法でのサポートを実施**したことが、利用する世帯の増加（2年連続KPI達成）及びサービス満足度の向上（2年連続KPI達成）に寄与した。

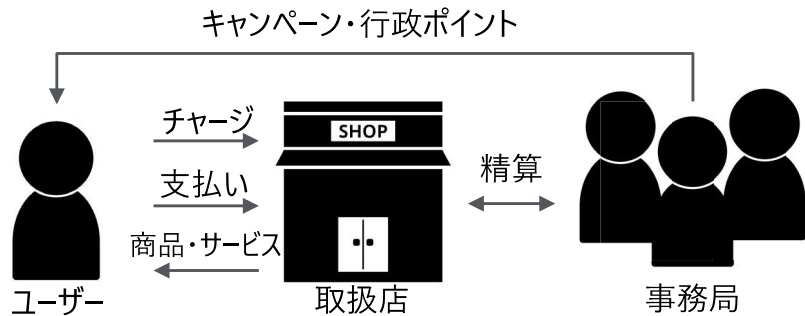
事例21：新潟県長岡市（1/2）

1. 事業の概要

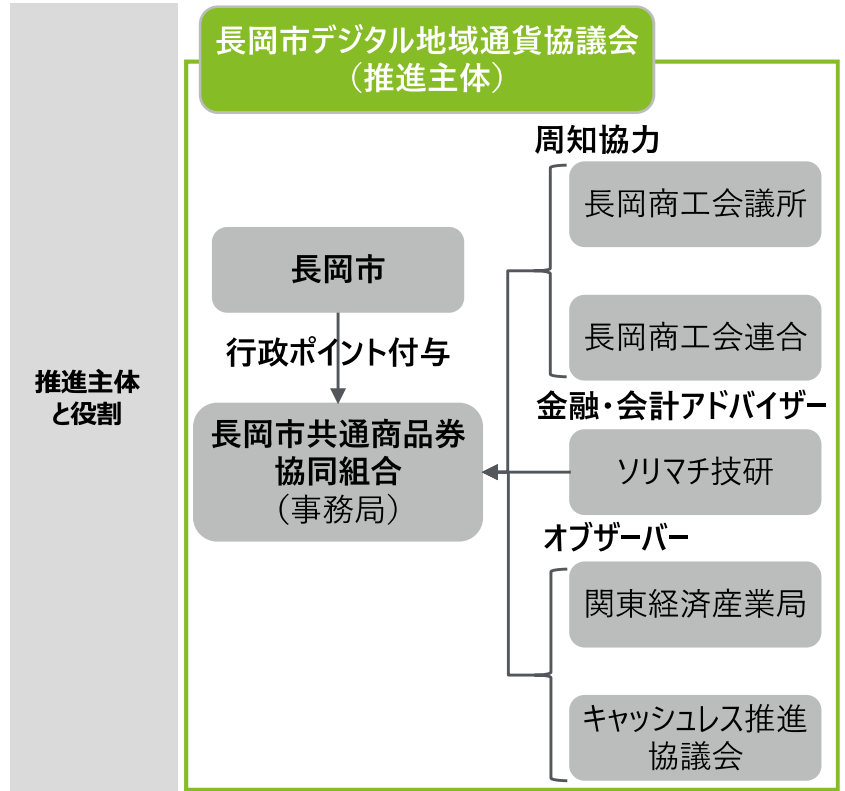
事業名 地域経済活性化に向けた地域通貨の導入

事業概要

- 市内の取扱店で共通で使える**電子マネー**。各取扱店で現金をチャージすることが可能。市内全域のキャッシュレス化を推進するとともに、買い物をした際に、ポイントを付与することで、地域経済活性化を図る。
- 紙のプレミアム付き商品券のみではなく、**プレミアムポイントを付与**することで、地域経済活性化に向けた、本市独自の迅速且つ効率的な経済対策の礎とする。
- 行政が発行する**行政ポイントを付与**することで、市内での消費喚起につなげるとともに、**行政のイベントやアンケート等への積極的な参加**を促す。



2. 実施体制



3. 設定した主なKPIと達成状況

指標名（単位）	種別
① デジタル商品券チャージ（発行）額（円）	アウトプット
② 利用可能店舗・サービス数（店）	アウトカム
③ デジタル決済総数（回）	アウトカム

達成した成果
<ul style="list-style-type: none"> サービス開始前の説明会、店舗PR（キャンペーンチラシに参加店掲載、アプリで新規店のプッシュ通知）、商工団体を通じた声かけ等を行うとともに、あわせて手数料を無料としたことで利用可能店舗数は当初目標を上回るペース（約1.5倍）で増加した。 その結果、近隣市を中心に利用者は増加し、デジタル決済総数は当初目標の目標を大きく上回る形で達成することができた。

事例21：新潟県長岡市（2/2）

4. 大項目別の特徴的な取組

ここがポイント！

- 開始当初から協議会を立ち上げるとともに、市内の複数部署と連携することで地域通貨の利用範囲を拡大
- 実装後の蓄積データを活用し、加盟店舗向け勉強会の開催や協議会での課題・方向性に関する協議を実施

推進体制

サービス実装運営

周知広報

評価改善

取組① 協議会の立ち上げ及び複数部署との連携体制の構築

- 利用店舗を拡大していくことが、地域通貨利用者の利便性の向上や満足度に直結することから、加盟店舗をはじめとした**地域のステークホルダー**を巻き込んでいくことが重要であった。
- 事業開始当初からデジタル地域通貨協議会を立ち上げ、商工団体等の関係機関で**運用やシステムにかかわる検討事項**を協議した。
- 併せて、市内における連携を拡大することで、行政ポイントの取り扱いを増やし（11部署）たうえで、**全庁的な推進機運・連携体制の構築**を図ったうえでポイント配布を実施した。

取組② 実装後の蓄積データの活用による更なる利便性の向上

- 運営計画期間（2023年度）においては、事業目的の達成に向けてより多くの方に利用していただく必要があり、**ニーズや課題の分析に基づくサービスの拡充・改善**が必要であった。
- 実装後の蓄積データを活用して、**加盟店舗向けの売上向上に関する勉強会**を開催するとともに、関係者によるプロジェクト会議を実施し、アンケート設計や今後の方向性に関する協議を実施した。
- **利用者からの声を受けて**、セキュリティ確保に関する**アプリのアップデート**を実施した。

各種キャンペーンや地元の音楽フェスと連携などを通じて、利用者の拡大を図ることが店舗の拡大につながった。

【キャンペーンチラシ】



ながおかベイ加盟店の店主に向けて、セミナーを実施。蓄積されたデータをどのように活用して、売り上げアップにつなげるのか学んだ。

【セミナーの様子】



事例22：宮崎県宮崎市（1/2）

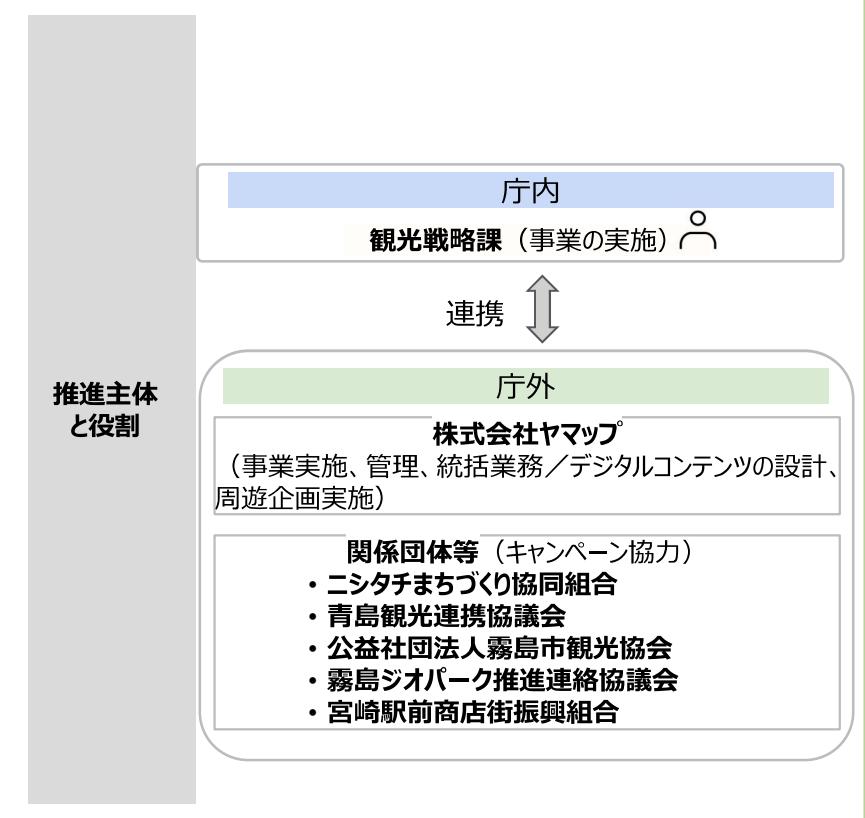
1. 事業の概要

事業名	宮崎の自然魅力発信事業
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> 登山者が「山×温泉」「山×食」など地域を回遊する仕組みを構築するとともに、効果的かつ確実に登山者に届くWEB媒体等を活用したプロモーション活動を行った。 令和5～6年度に、登山地図アプリを使ったデジタルスタンプラリーを展開し、目標値を大幅に上回る実績にて目標を達成した。

..... キャンペーンの参加方法



2. 実施体制



3. 設定した主なKPIと達成状況

指標名（単位）	種別
① 登山地図アプリダウンロード数	アウトプット
② 登山記録等の投稿数	アウトプット
③ デジタルバッジ発行数	アウトプット
④ キャンペーン参加者の満足度	アウトカム

達成した成果

- ✓ 複数バッジの取得による新たなバッジ取得やオリジナル手ぬぐいのプレゼントを企画することで、**デジタルバッジ発行数の増加を実現した。**
- ✓ 上記と関連して「宮崎の自然とグルメを楽しむ尽くす」をテーマに、**グルメ・温泉バッジを設定して山から麓への周遊と消費を促進することで、アプリの活動日記が前年度の倍以上のペースで増加した。**参加者の口コミ拡散により、飲食・温泉施設と関連した観光情報の口コミも増えたことで、投稿数の目標を達成した。

4. 大項目別の特徴的な取組

ここがポイント！

- 専門的な知見を持った事業者と連携することで、ターゲットのニーズを満たす企画設計や効果的なアプローチを実現
- 投稿や口コミを含めた幅広い情報源からユーザー目線での情報を収集し、継続した事業改善を実施

推進体制

サービス実装運営

周知広報

評価改善

取組① 庁外関係者と連携した明確な戦略設計

- メインターゲットを「福岡、熊本、鹿児島在住の登山初心者の40～60代女性」と明確に設定し、「自然景観だけでなく、食や温泉等の観光も楽しみたい」というターゲットのニーズを想定したキャンペーンの実施や、ダウンロード数の多い登山用アプリを活用したターゲットへの周知・広報など、**専門的知見をもった事業者等と連携し、ターゲットのニーズに合った価値訴求と企画の設定**を行っている。
- プロモーション戦略やブランド戦略、山や登山に関する専門性など業務遂行に高度な知識・経験を持った事業者を選定できるよう、業務委託仕様書においても、登山アプリを活用したデジタルスタンプラリーの企画設計及びプロモーションの実施等について規定していた。

- 令和6年度は、グルメ・温泉バッジを新設し、すべてのバッジを獲得することでノベルティがもらえる条件に変更した。
- これにより、自然な形で山から街への回遊を促進し、推定観光消費額の大幅増を達成した。



取組② 実装サービスの拡大に向けた情報収集と改善

- 登山アプリを使ってキャンペーン参加者を対象としたアンケート実施して満足度を測るだけでなく、**キャンペーンによって増加した投稿や口コミなど、登山者目線での情報を収集**することで、地域の自然資源の課題整理や観光コンテンツとしての可能性の評価を行っている。
- 上記の結果について、事業関係者を含めた協議会で情報共有を行うことで、**地域のステークホルダーや行政関係者だけでなく、地元の方の意見も収集**し、事業改善への活用を図っている。
- **現状に満足せず、ターゲットを「登山者」から「自然に親しむ来訪者」に変更**し、デジタルスタンプラリーとは異なるアプローチ方法により、ブランディング及び旅行商品造成を進め、幅広いターゲット層の誘客を図るなど、継続した事業改善を図っている。

- 令和7年度に地域のステークホルダー等とのワークショップやセミナー、勉強会等を経て、「青島から加江田渓谷まで 流域まるごと体感ツアー」を造成。
- 令和8年度にさらなる商品造成、販路開拓等の事業展開を予定している。

【ワークショップの様子】



事例23：長崎県佐世保市（1/2）

1. 事業の概要

事業名	観光予測情報提供サービス
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> 観光に関する人の流れやSNSなどのデータを収集・分析し、その結果をダッシュボードで分かりやすく提供する。 観光事業者は需要予測や効果的なプロモーションに役立てることができ、将来的には、観光客の好みに合わせて最適な観光情報を提供できる仕組みづくりを目指している。

The diagram illustrates the data processing flow. On the left, a yellow cylinder contains 'SNSデータ' (SNS data) and '人流データ' (population data). An arrow points from this cylinder to a 'クロス分析' (cross-analysis) icon, which then points to a 'ダッシュボード' (dashboard) icon on a laptop screen.

2. 実施体制

推進主体と役割

行政

佐世保市
観光振興計画等の策定

補助金交付

↓
連携

DMO

(公財) 佐世保観光コンベンション協会
観光マーケティング (データ収集、分析・比較)
※シンクタンクと連携分析

マーケティングレポート公表

民間

市内外事業者
データに基づく経営の方向性の確認

3. 設定した主なKPIと達成状況

	指標名 (単位)	種別	達成した成果
①	ダッシュボード公開件数	アウトプット	✓ マーケティングレポートを佐世保観光コンベンション協会や佐世保市ホームページにて公開。月に1回の頻度で公開をしており、2024年度は 1回につき13個のダッシュボードを作成し公開 している。 ✓ 民間事業者向けに佐世保市の観光マーケティングについてワークショップを開催し、民間事業者と佐世保市関係課で意見交換も実施するなど、サービス改善を進めており、 90%以上の高い満足度 を達成している。
②	ダッシュボード閲覧件数等	アウトプット	
③	データ活用による事業計画立案数	アウトカム	
④	利用者の活用満足度	アウトカム	

事例23：長崎県佐世保市（2/2）

4. 大項目別の特徴的な取組

ここがポイント！

- 市全体でデータに基づいた観光マーケティングを促進するため、民間事業者を巻き込んだ体制のもと、事業改善を実施
- 事業者のニーズに沿って、事業者が活用しやすいマーケティングレポートを作成、発信することで、利用拡大を促進

推進体制

サービス
実装
運営

周知
広報

評価
改善

取組① 地域全体を巻き込んだデータに基づくマーケティングの促進

- 佐世保市全体の観光マーケティングのスキル向上のために、地域DMOである佐世保観光コンベンション協会が中心となり、**データに基づくマーケティングを強化し、観光地域全体のマネジメントを行うことで観光地域づくりの推進を図っている。**
- 民間事業者へのヒアリングや、民間事業者が参加できるセミナー等を開催することで、**データ活用における課題の明確化**を図り、課題解決に向けてさらに**民間事業者を巻き込んだ事業の見直しと改善**を行っている。

取組② 事業者が活用しやすいマーケティングレポートの作成

- 毎月マーケティングレポートの作成を行い、**様々な媒体で情報発信**を行っている。
- マーケティングレポートの認知度向上と活用拡大のために、**ステークホルダー向けに説明会の開催**や、事業者が必要とするデータ等をヒアリングしニーズを把握することで、**事業者にとって活用しやすい内容に改善**に取り組んでいる。
- 佐世保市や佐世保観光コンベンション協会内での活用を拡大するため、**事業効果の検証や施策立案時に根拠として積極的に活用**するよう呼びかけを行っている。

事業者向けのセミナーの開催やデータ活用についてのアンケートを実施している。

【佐世保市観光マーケティングセミナー】



様々なデータを活用し、佐世保市の観光動向をレポート形式で掲載。会員へメール配信を行っている。




【佐世保観光マーケティングレポート】





事例24：埼玉県寄居町（1/2）

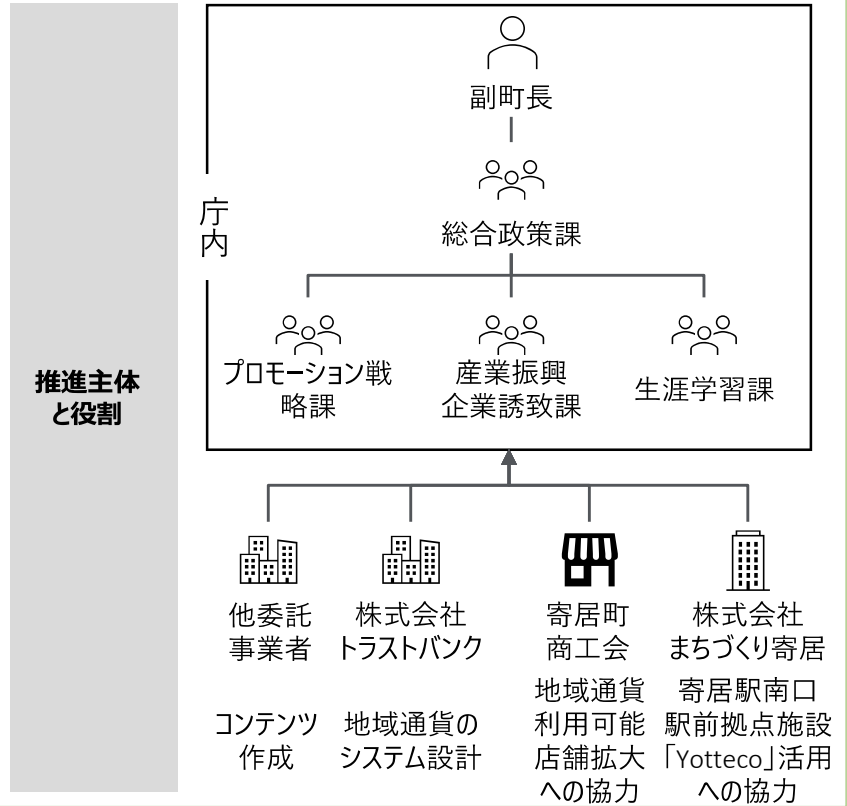
1. 事業の概要

事業名	デジタル観光推進事業
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> 街中回遊性の向上及び賑わい創出に資するデジタルコンテンツを製作し、町の魅力アップを図る。 ① 中心市街地回遊促進 ARなどを用いた参加型のイベントを開催し、参加者にはイベントを通して街の魅力を知ってもらう。また、地域通貨を景品にすることで、町内の経済活動の活性化を図る。 ② AR鉢形城 AR技術を用いて、鉢形城の再現等を行うとともに、鉢形城に関するガイドを行う。他の観光スポットにも、自然やゆかりの文化を楽しめるARコンテンツを用意する。

2. 実施体制



3. 設定した主なKPIと達成状況

指標名（単位）	種別
① 中心市街地回遊促進事業の累計利用者数（人）	アウトプット
② AR鉢形城の累計利用者数（人）	アウトプット
③ 中心市街地回遊促進事業及びAR鉢形城の満足度（ポイント）	アウトカム
④ 地域通貨（Yori-ca）の連動事業の参加者数（ポイント）	アウトカム

達成した成果

- ✓ キャンペーンやアプリ体験会を利用し積極的に広報を行うことで、**目標を大きく上回る利用者を獲得**した。また、アプリにさまざまな機能を盛り込み、寄居町を訪れた方が観光しながら遊ぶことのできるエンターテインメント性の高いアプリにしたことで、**目標値を超える満足度**となった。
- ✓ 地域通貨と連動したキャンペーンを実施し、ダウンロードをしていただいた方へポイントを付与することで、アプリの効果的なPRを行うと同時に、**地域経済の活性化に寄与**した。

事例24：埼玉県寄居町（2/2）

4. 大項目別の特徴的な取組

ここがポイント！

- 同じサービスを実装している複数の自治体に事前にヒアリングを行い、DX担当を含めた全庁的な推進体制を構築
- 利用者のニーズを想定したサービスを実装し、アンケートなどにより継続的な改善を実施

推進体制

取組① 同じサービスを実装した自治体を参考とした推進体制構築

- 既に**同じサービスを実装している複数の自治体に事前にヒアリング**を行い、体制構築におけるポイントを把握した。
- 本事業はDXの推進事業の一つとして、**DX、広報、観光、地域通貨、文化財の各担当が協力し、全庁的に実施**した。
- 委託事業者と月一回の定例会に情報共有を行うことにより、アプリ開発に係る調整を円滑に行うことができた。また、まちづくり会社を含む推進体制を構築していたことで、アプリ体験会を管理施設で開催し、アプリリリースの周知に寄与することができた。

サービス実装運営

取組② 利用者のニーズに沿ったサービスの実装・改善

- アプリの内容については、**専門知識を有する文化財担当がグラフィックや説明文を監修**し、**城好き、歴史好きの方が楽しめる内容**となった。また、エンターテインメント性を取り入れ、寄居町を訪れた方が楽しめる様々な機能を盛り込んだ。
- アプリ体験会でアンケートを行うことで、**アプリユーザーが求める機能や改善箇所を明確にし、アプリの改善**を図っている。

周知広報

評価改善

アプリリリース時にターミナル駅前の施設においてキャンペーンを大々的に実施した。開発時のみならず、イベントにおいても、広報、観光、地域通貨、文化財の各担当が協力しPRすることでダウンロード数の増加を図った。

【アプリリリース時のターミナル駅前】



アプリ開発にあたり、高いエンターテインメント性を求めた。鉢形城を守る「籠城戦ゲーム」や観光スポットの周遊を促す「謎解き宝探し」、戦国武将と記念撮影ができる「AR武将出現」などの機能を盛り込み、単なる復元AR/VRにとどまらない、観光客を楽しませるアプリに仕上げた。

【アプリ広告表】



【アプリ広告裏】



<本資料に関するお問合せ先>

内閣府 地方創生推進室

内閣官房 地域未来戦略本部事務局

電話 : 03-6257-3889 Eメール : digitaldenen-kofukin.f7k@cao.go.jp