世界遺産・厳島神社を擁する広島県廿日市市、宮島。
Miyajima, located in Hatsukaichi City, Hiroshima, home to the World Heritage Site Itsukushima Shrine.

観光客は増え続けていますが、宿泊率やリピート率が伸び悩み、現地での消費も十分とは言えません。

Tourist numbers keep rising, but overnight stays, repeat visits, and local spending are not improving.

私たちが目指すのは、通過型から滞在型へ――量から質へと観光の価値を転換することです。
We aim to shift tourism from transit to stay—valuing quality over quantity.

Co デザイン研究所のアプローチは、**データ活用×コミュニティ**。
Co-Design Institute's approach combines data utilization with community engagement.

地域の皆さん、事業者、行政とともに「なりたい姿」を言語化し、その実現に向けた合意形成をデータで支える。
We work with residents, businesses, and government to define a shared vision and use data to support consensus-building.

観光 DMP を基盤に、計画・実行・検証・改善の PDCA を回し続けることで、持続可能な観光地経営を根付かせます。
Using a tourism DMP (Destination Management Platform) and the PDCA cycle, we work to establish sustainable tourism management.

まずは現状を可視化。
First, visualize the current situation.

混雑の時間帯や回遊の動線、滞在の長さ、満足度や口コミを多面的に捉え、課題の原因を特定します。
By capturing peak times, visitor flows, stay length, satisfaction, and reviews to pinpoint the root causes.

次に、地域コンセプトを共有します。宮島・中江町では「**快適で心地よい空間と、新しい交流体験の提供**」。
Next, here's the regional concept. In Miyajima and Nakae Town:
Comfortable spaces and new ways to connect.

この方針のもと、ワーケーションや関係人口に関心の高い層を呼び込み、島の魅力を深く体感できるプログラムを磨いていきます。
Guided by this principle, we refine programs to attract those interested in workation and community engagement, letting them fully enjoy the island.

回遊促進のデジタルマップやサイネージ、需要に応じたナイトアクティビティの造成、そして冬の閑散期の消費額増を目指したデジタルマーケティング施策など、地域の課題や季節ごとの特性に合わせた取り組みを段階的に実装し、効果を検証して改善しています。
We implement initiatives tailored to local challenges and seasonal needs. These include digital maps and signage to encourage circulation, creating nighttime activities based on demand, and digital marketing to boost winter spending.
We then verify their effectiveness and make improvements.

また、事業者が持続可能に観光で稼ぐためには、データの活用が不可欠です。
Furthermore, leveraging data is essential for businesses to sustainably generate revenue through tourism.

宮島来訪者の需要予測や、地域一体となったデータ共有・活用を進めることで、利益向上にもつなげていきます。
By forecasting demand and sharing data across the region, we aim to improve profitability.

例えば、来訪者の動向や消費傾向を分析し、最適な商品・サービスの提供やプロモーションを実施することで、地域全体の収益力を高めています。
For example, analyzing visitor trends and spending helps provide the right products, services, and promotions, boosting the region's revenue.

ここで、観光 DX のサステナビリティ貢献の具体例を一つご紹介します。
Here's one example of how tourism Digital Transformation supports sustainability.

DMP を活用して人流や行動データを分析することで、特定の時間帯やエリアで来訪者数が大きく変動することが明らかになりつつあります。
By analyzing foot traffic and behavioral data using DMP, it is becoming clear that visitor numbers fluctuate significantly during specific times and in specific areas.

これにより、飲食店や土産物店では仕入れ計画やダイナミックプライシングの判断にデータを活か

せるようになり、今後は在庫ロスや機会損失を減らすことができるようになります。
Restaurants and souvenir shops can use data for procurement and pricing, helping to reduce future inventory losses and missed opportunities.

たとえば、閑散期や平日の需要を正確に捉えることで、従来は廃棄されていた商品を適切なタイミングで提供できるようになり、食品ロス削減と収益向上の両立に寄与できると考えています。
For example, by understanding demand during off-peak seasons and weekdays, businesses can offer products at the right time instead of discarding them.
This approach contributes to both reducing food waste and improving profitability.

さらに、こうしたデータ連携を背景に、ナイトアクティビティの創出といった新しい施策も生まれています。
Through data linking, new initiatives such as nighttime activities emerge.

宿泊事業者と連携し、夜間のイベントや体験プログラムを企画することで、宿泊客の満足度向上と収益機会の拡大につなげています。
By planning nighttime events and interactive programs with accommodation providers, we are enhancing guest satisfaction and expanding revenue opportunities.

重要なのは、地域が主役であること。
The community is what matters most.

データは意思決定を後押ししますが、価値を生み出すのは人です。三方よしの精神を起点に、

地域の文化や歴史、そして住民の暮らしを尊重しながら、新しい観光体験や交流体験を生み出していく
Data helps decisions, but people create value. Using a win-win-win approach, we create new tourism and cultural experiences while respecting local culture, history, and residents.

その循環こそが、オーバーツーリズム対策となり、歴史文化を次世代へと継承する力になります。
This cycle helps manage overtourism and pass on our heritage to the next generation.

私たちの挑戦は、地域の可能性をデータで引き出し、コミュニティで育てること。
Our challenge is to unlock the region's potential through data and foster it within the community.

住民、事業者、来訪者それぞれが「持続可能であること」を大切にし、地域全体で持続可能な観光経営を目指します。
Residents, businesses, and visitors all value sustainability, working toward sustainable tourism across the region.

Co デザイン研究所、環境・経済・文化の三側面を持続可能にするため、GSTC（グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会）の認定取得にも取り組み、自治体職員様と共に歩みながら、廿日市の「質の高い観光」への転換を確かな一歩にしていきます。
The Co-Design Institute is working to obtain Global Sustainable Tourism Council (GSTC) certification to ensure sustainability across environmental, economic, and cultural dimensions. Together with municipal officials, we

are taking concrete steps to transform Hatsukaichi’s tourism into high-quality tourism.