

観光振興セミナー 2025

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

じゃら宿エリアクラスター分析
～データから読み解く地域のネクスト戦略～

2025年6月12日（木）

株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター

研究員 北 真理子



▲本講演資料はこちらのQR
コードからDLいただけます



じゃらんリサーチセンター 研究員

北 真理子 (きた まりこ)

旅程管理主任者資格取得

ワインエキスパート取得

兵庫県西宮市出身

●2008年 リクルート入社。HR（人材）領域に従事。

企業、自治体の新卒、中途採用、企業ブランディング・戦略策定、組織活性など。
営業、商品企画／販促企画、新規事業開発など幅広く携わる。

●2021年 旅行（じゃらんリサーチセンター）領域に従事。

地域活性プランニング、総合プロデューサーを担当、
中央省庁・自治体・DMO・事業者と日本の魅力を、国内外に発信する事業を担当。

●2023年 じゃらんリサーチセンター**研究員**に着任。

日本の魅力を見つける新しい旅のあり方Transformative Travel（トランスフォーマティブトラベル）や、観光マーケティング等の研究を実施。



3つの観点で地域に役立てていただけるマーケティングツール
「じゃら宿エリアクラスター分析」をご紹介します。

①

自エリアの
観光の特徴
(キャラクター)
がわかる

②

自エリアの
強み・課題
がわかる

③

自エリアの
観光資源の
今後の伸びしろ
がわかる



「じゃら宿エリアクラスター分析」は
「じゃらん観光国内宿泊旅行調査2024」の結果から、
クラスター分析を行ったツールです。

客観的に活用できる全国共通のものさし



「じゃらん観光国内宿泊旅行調査」
は、じゃらんリサーチセンターが
2005年から実施している
国内での宿泊旅行の実態調査。



18歳～70代の幅広い世代から
取得した全国エリアの
「宿泊旅行の目的」※1
約3万件の回答結果を活用。

※1 複数回答可



「じゃら宿エリアクラスター分析」は
「じゃらん観光国内宿泊旅行調査2024」の結果から、
クラスター分析を行ったツールです。

客観的に活用できる全国共通のものさし



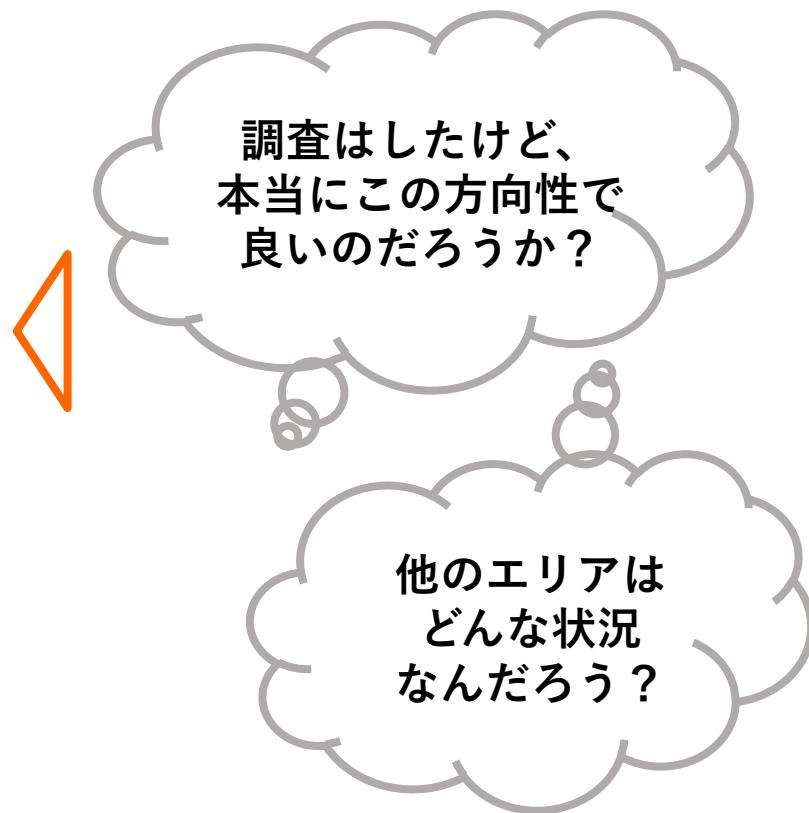
「じゃらん観光国内宿泊旅行調査」
は、じゃらんリサーチセンターが
2005年から実施している
国内での宿泊旅行の実態調査。



18歳～70代の幅広い世代から
取得した全国エリアの
「宿泊旅行の目的」※1
約3万件の回答結果を活用。

※1 複数回答可

エリアの仮説





『じゃらん』の地域区分全国259エリアを、
クラスター分析を用いて、近い特徴を持つエリア同士グループ分け。
各グループの特徴を明らかに。

①

自エリアの
観光の特徴
(キャラクター)
がわかる

②

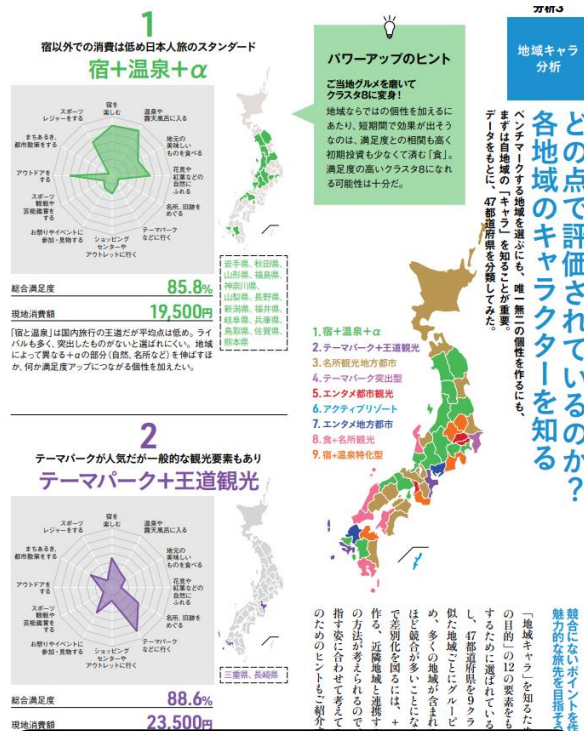
自エリアの
強み・課題
がわかる

③

自エリアの
観光資源の
今後の伸びしろ
がわかる

①
自エリアの
観光の特徴
(キャラクター)
がわかる

昨年9月発刊の『とーりまかし』に掲載の、
47全国都道府県のキャラクター分析を、
今回、259エリア（『じゃらん』の全国地域区分）に細分化し、実施。



9グループに分類

全国の259エリアを13のグループに分類。

①
自エリアの
観光の特徴
(キャラクター)
がわかる

(1)温泉突出
47エリア

(2)温泉＋名所
28エリア

(3)温泉＋テーマパーク
14エリア

(4)アクティブリゾート
6エリア

(5)テーマパーク突出
3エリア

(6)都市型レジャー
(観光目的)
20エリア

(7)都市型レジャー
(イベント目的)
16エリア

(8)従来観光
31エリア

(9)名所＋まちあるき 突出
17エリア

(10)名所＋まちあるき
38エリア

(11)アウトドア＋
スポーツレジャー
7エリア

(12)スポーツレジャー
4エリア

(13)自然＋アウトドア
28エリア

各グループごとに観光の特徴をグラフ化して考察。

総合満足度・NPS（旅行者推薦度）・現地消費額*1・消費額*2を明示。

①
自エリアの
観光の特徴
(キャラクター)
がわかる

温泉突出 <47エリア>

「温泉」と「宿」が特別に高いエリア

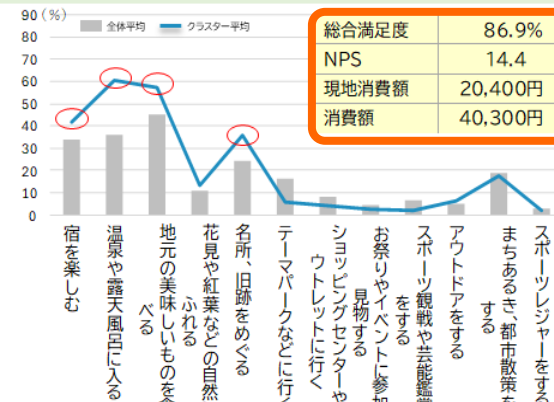


北海道	定山渓
北海道	洞爺・登別・苫小牧
岩手県	安比・八幡平・二戸
岩手県	花巻・北上・遠野
宮城県	鳴子・大崎
山形県	尾花沢・新庄・村山
福島県	福島・二本松
栃木県	塩谷・矢板・大田原・西部・浅野
群馬県	鬼怒川・川治・湯西川・川俣
群馬県	四万・吾妻・川原湯
群馬県	草津・塩尻・北牧
群馬県	万善・碓氷・北碓井沢
群馬県	水上・月夜野・猿ヶ京・法師
群馬県	渋川・伊香保
神奈川県	箱根
神奈川県	海河原・真鶴・小田原
山梨県	石和・勝沼・塩山
長野県	野沢温泉・木島平・秋山郷
新潟県	湯波・村上・岩船
石川県	和倉・七尾
石川県	加賀・小松・辰口
福井県	三箇・あわら
静岡県	熱海
静岡県	伊豆・宇佐美・川奈
静岡県	伊豆高原
静岡県	東伊豆
静岡県	下田・白浜
静岡県	南伊豆
静岡県	西伊豆
静岡県	中伊豆
岐阜県	下呂・南飛騨
滋賀県	彦根・堅田
京都府	丹波・久美川
兵庫県	城崎・竹野・豊岡
鳥取県	倉吉・三朝・湯梨浜
佐賀県	嬉野・武雄
長崎県	平戸・松浦・田平
長崎県	島原・雲仙・小浜
熊本県	玉名・山鹿・菊池
熊本県	黒川・枝立・わいた
熊本県	天草
大分県	別府
大分県	湯布院
大分県	日田・天ヶ瀬・耶麻溪
大分県	九重・久住・竹田・長湯
鹿児島県	南薩・指宿
鹿児島県	霧島

- ・含まれるエリア数が最も多く、全国の温泉地が並ぶ。
- ・総合満足度やNPSは高めだが、現地消費額は最下位、消費額11位で、満足度と比べると消費額が低いことから、プラスワンコンテンツが課題か。

温泉+名所 <28エリア>

「温泉」と「食」「宿」が高く、さらに「名所」が高いエリア



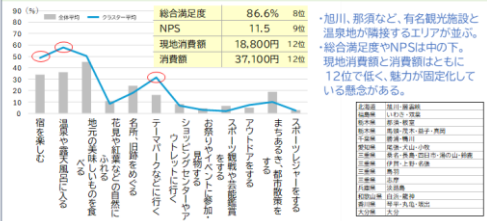
北海道	網走・北見・知床
北海道	釧路・阿寒・根室・川湯・屈斜路
青森県	下北・三沢
岩手県	三陸海岸
岩手県	奥州・平泉・一関
宮城県	松島・塩竈
宮城県	石巻・気仙沼
秋田県	田沢湖・角館・大曲
山形県	山形・蔵王・天童・上山
山形県	酒田・鶴岡
福島県	会津
福島県	白河
栃木県	日光・霧峰・奥日光・中禅寺湖・今市
千葉県	館山・南房総
長野県	上田・別所・農牧場
長野県	松本市(松本駅周辺・浅間・雲ヶ岳・塩尻)
石川県	輪島・能登
福井県	越前
静岡県	焼津・御前崎
静岡県	飛騨・高山
兵庫県	南住・浜・湯村
和歌山県	勝浦・串本・すさみ
鳥取県	米子・智弁・大山
鳥取県	松江・安来・玉造・奥出雲
山口県	萩・長門
愛媛県	松山・道後
熊本県	阿蘇
熊本県	人吉・球磨

- ・日光、飛騨高山など、温泉のある有名観光地が並ぶ。
- ・総合満足度やNPSは中位。旅行総額、現地消費額は中の下。
- ・【温泉タイプ】の中では現地消費額が高めで、まちあるきのコンテンツもある。

- *1 現地消費額… 全旅行者の現地消費の金額（パック旅行、宿泊費、交通費は除く）
- *2 消費額… 個人旅行者の現地消費と宿泊費の合計金額（パック旅行、交通費は除く）

温泉+テーマパーク <14エリア>

「温泉」と「宿」が高く、さらに「テーマパーク」が高いエリア



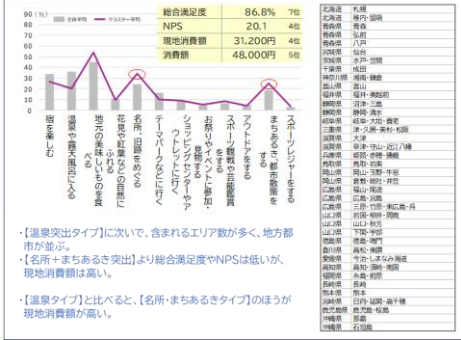
名所・まちあるき突出 <17エリア>

「名所」と「まちあるき」が特に高いエリア



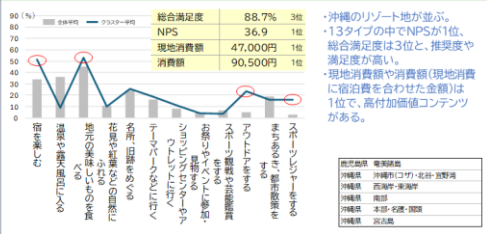
名所・まちあるき <38エリア>

「名所」と「まちあるき」が高いエリア



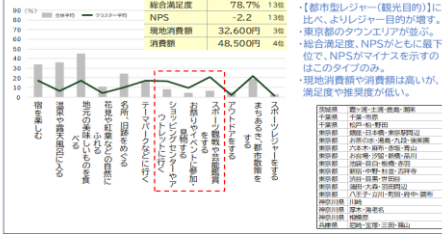
アクティブリゾート <6エリア>

「宿」「食」「アウトドア」「スポーツレジャー」をまんべんなく楽しめるエリア



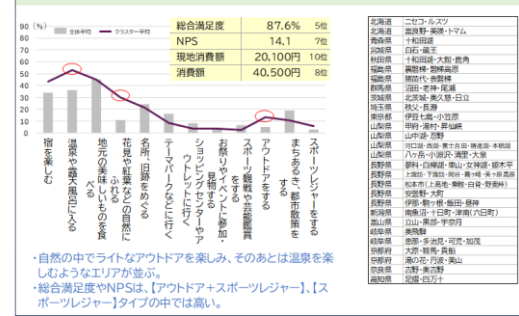
都市型レジャー（イベント目的） <16エリア>

「ショッピング」「イベント」「観戦・ライブ」が目的のエリア



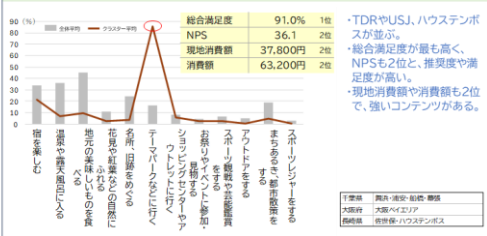
自然+アウトドア <28エリア>

「自然」と「アウトドア」「温泉」が高いエリア



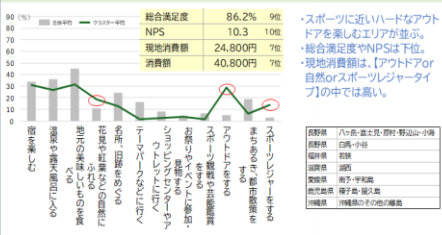
テーマパーク突出 <3エリア>

「テーマパーク」が突出しているエリア



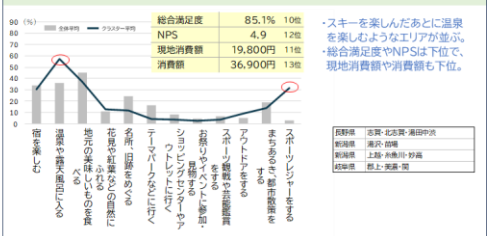
アウトドア+スポーツレジャー <7エリア>

「アウトドア」と「スポーツレジャー」「自然」が高いエリア



スポーツレジャー <4エリア>

「スポーツレジャー」と「温泉」が高いエリア



都市型レジャー（観光目的） <20エリア>

「ショッピング」「イベント」「観戦・ライブ」に「観光施設」や「都市散策」がプラス



エリア
キャラクター
グループ
報告書はこちら



①
自エリアの
観光の特徴
（キャラクター）
がわかる



全国259それぞれのエリアごとに「観光の目的」「旅行者総合満足度」「消費額」「リピーター率」をスコア化。
同じグループで、上位5に入るエリアの平均値と比較して、
自エリアの強みや課題を確認できるよう設計。

①

自エリアの
観光の特徴
(キャラクター)
がわかる

②

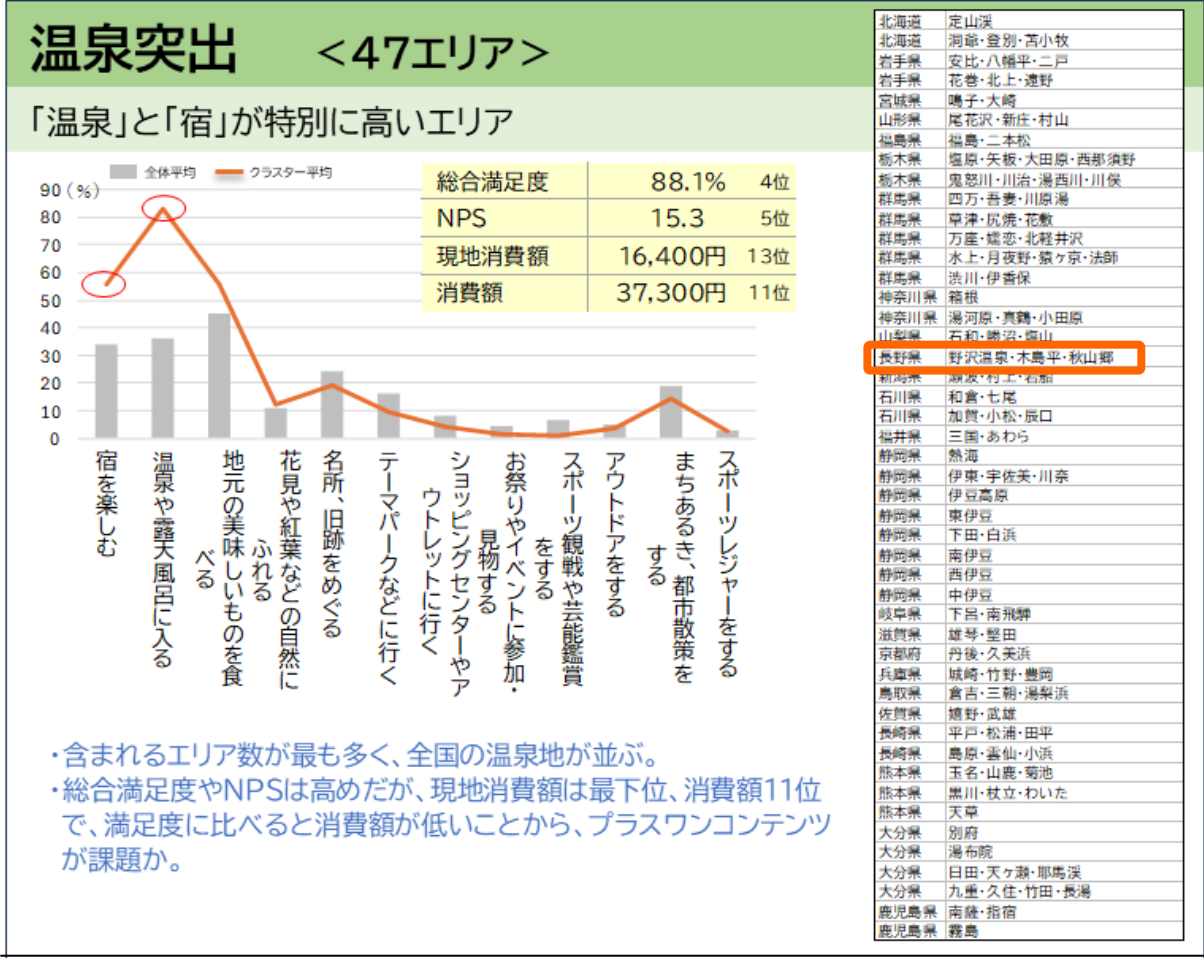
自エリアの
強み・課題
がわかる

③

自エリアの
観光資源の
今後の伸びしろ
がわかる

②
自エリアの
強み・課題
がわかる

①のエリアキャラクターグループを、
自エリア独自でも確認できるように。



じゃら宿エリアクラスター分析ツールで、
自エリアの都道府県とエリアを選択。

②

自エリアの
強み・課題
がわかる

じゃら宿

表示内容
選択
↓

エリア
選択

同じ
クラス
ター内
で比較

異なる
クラス
ターと
比較
A

異なる
クラス
ターと
比較
B

じゃら宿エリアクラスター分析

▼エリアを選択してください

▼表示したい内容を

「左のボタン」から選んでください

操作方法

①エリア選択ボタンで「都道府県名」を選択

②当該都道府県内のエリアが絞られるので、その中から「エリア名」を選択

③選択したエリア名が上部に表示されたらOK

④分析したい表示内容を「左のボタン」から選択

*選択を解除するには をクリック

エリアコード

選択したエリア名

選択エリアのクラスター名

エリア選択

都道府県名

01 北海道	02 青森県
03 岩手県	04 宮城県
05 秋田県	06 山形県
07 福島県	08 栃木県
09 群馬県	10 茨城県
11 埼玉県	12 千葉県
13 東京都	14 神奈川県
15 山梨県	16 長野県
17 新潟県	18 富山県
19 石川県	20 福井県
21 静岡県	22 岐阜県
23 愛知県	24 三重県
25 滋賀県	26 京都府
27 大阪府	28 兵庫県
29 奈良県	30 和歌山県
31 鳥取県	32 島根県
33 岡山県	34 広島県
35 山口県	36 徳島県
37 香川県	38 愛媛県
39 高知県	40 福岡県
41 佐賀県	42 長崎県
43 熊本県	44 大分県
45 宮崎県	46 鹿児島県
47 沖縄県	

- ① - エリアの各観光資源のスコア・総合満足度・消費額*1・リピーター率
- ② - 同じ【温泉突出】グループの総合満足度・消費額・リピーター率
上位5エリアの平均値

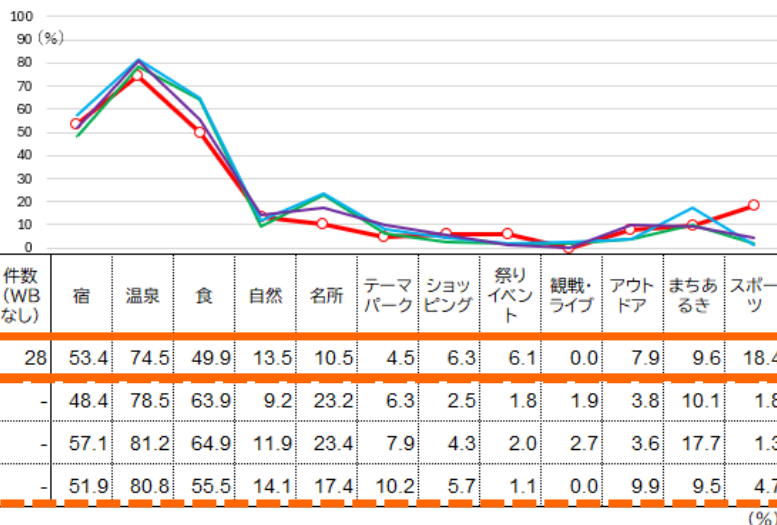
②
自エリアの
強み・課題
がわかる

122 野沢温泉・木島平・秋山郷

クラスター名 ▶ 温泉突出

■ 旅行目的の割合と3つの指標
【同じクラスター上位エリア平均との比較】

—●— 野沢温泉・木島平・秋山郷
— 同クラスター 総合満足度 上位5平均
— 同クラスター 消費額 上位5平均
— 同クラスター リピーター率 上位5平均



凡 例
基準以上の差がある指標
総合満足度: 3pt
消費額: 500円
リピーター率: 5pt

エリア コード	エリア名	件数 (WB なし)	宿	温泉	食	自然	名所	テーマ パーク	ショッ ピング	祭り イベント	観戦・ ライブ	アウト ドア	まちあ るぎ	スポー ツ	総合満足 度(%)	消費額 (円)	リピー ター率 (%)	低い項 目の差 の合計
1	野沢温泉・木島平・秋山郷	28	53.4	74.5	49.9	13.5	10.5	4.5	6.3	6.1	0.0	7.9	9.6	18.4	86.3	42,300	51.9	-
2	同クラスター 総合満足度 上位5平均	-	48.4	78.5	63.9	9.2	23.2	6.3	2.5	1.8	1.9	3.8	10.1	1.8	97.5	41,420	60.8	379
	同クラスター 消費額 上位5平均	-	57.1	81.2	64.9	11.9	23.4	7.9	4.3	2.0	2.7	3.6	17.7	1.3	92.1	52,920	51.3	534
	同クラスター リピーター率 上位5平均	-	51.9	80.8	55.5	14.1	17.4	10.2	5.7	1.1	0.0	9.9	9.5	4.7	89.1	33,360	78.8	156

*1 消費額… 個人旅行者の現地消費と宿泊費の合計金額（パック旅行、交通費は除く）



自エリアが 今後どの観光資源を磨ける可能性があるかを、
2つの観点で算出し、レコメンドする仕組みを構築。

①

自エリアの
観光の特徴
がわかる

②

自エリアの
強み・課題
がわかる

③

自エリアの
観光資源の
今後の伸びしろ
がわかる

同じ【温泉突出】グループの中で、総合満足度・消費額・リピーター率、それぞれ、上位5位に入るエリアの平均値を目指す指標として掲出。
上位5位エリア（総合満足度・消費額・リピーター率）を目指すために、注力すべき観光資源を黄色い網掛けで自動レコメンド。

③
自エリアの
観光資源の
今後の伸びしろ
がわかる

②じゃら宿エリアマーケティングレコメンドツール

1. 同じクラスター内で比較した場合のレコメンド

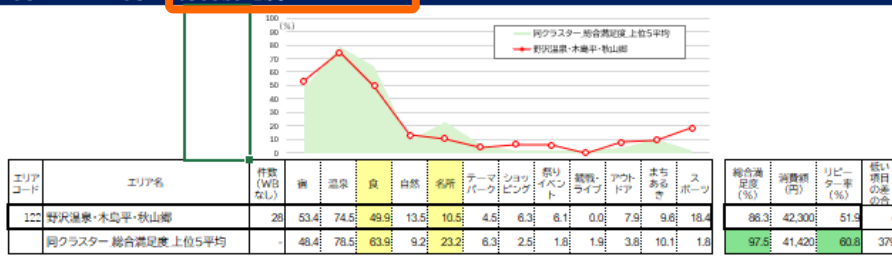
・3つの指標それぞれについて、基準以上の差がある場合に、上位エリア平均を提示

⇒ベンチマークした値に対し、当エリアの目的割合が低い項目（黄色セル）が、今後注力すべき項目としてレコメンドされる

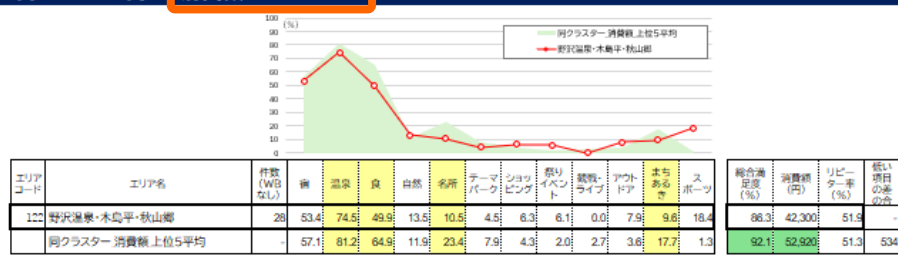
<注意事項>

- ・上位エリアの平均に比べ、当エリアのほうが数値が高い基準以上の差がない場合は、レコメンドされない（図表がグレーアウト）
- ・上位エリアの平均が表示されても、今後注力すべき項目（黄色セル）がレコメンドされない場合がある（旅行目的以外の要因で、当エリアの指標が低くなっている可能性がある）

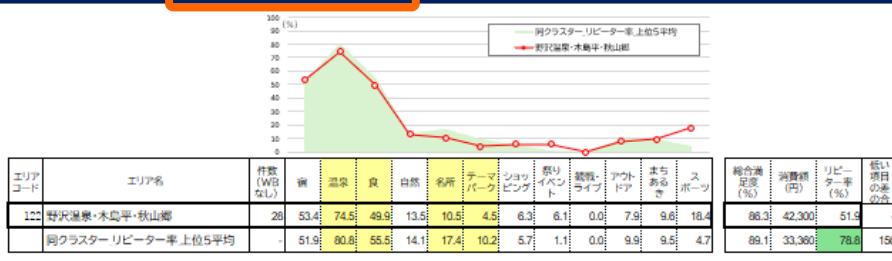
同クラスター内で 総合満足度を上げるには



同クラスター内で 消費額を上げるには



同クラスター内で リピーター率を上げるには



凡 例

- 基準以上の差がある指標
- 総合満足度: 3pt
- 消費額: 500円
- リピーター率: 5pt
- 5pt以上の差がある項目 (当エリアが低い)

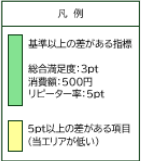
【温泉突出】の野沢温泉エリアが、現在のグループと異なるクラスターに近づく場合、どの観光資源を磨くと良いか、可能性が高い順に、4つまで候補クラスターをレコメンド。

③ 自エリアの観光資源の今後の伸びしろがわかる

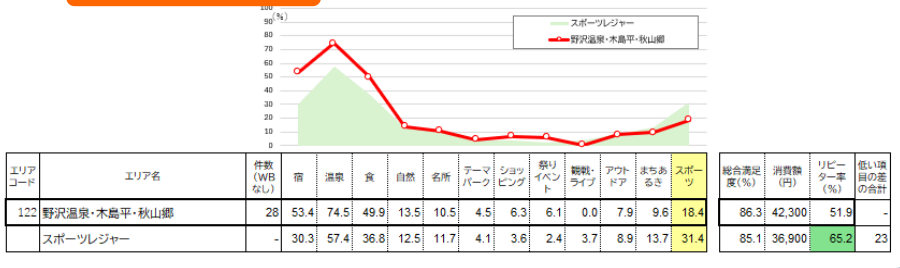
②じゃら宿エリアマーケティングレコメンドツール

2.A. 異なるクラスターと比較した場合のレコメンド

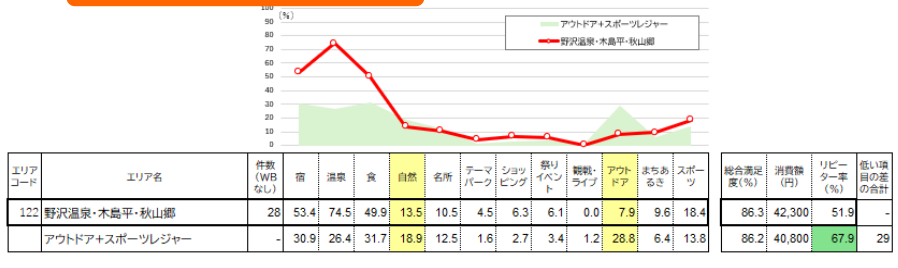
- 候補となる4つまでのクラスターの目的割合と、当エリアの目的割合を比較
 - ⇒当エリアの目的割合が低い項目(黄色セル)が、今後注力すべき項目としてレコメンドされる
- <注意事項>
- ・当エリアと比べて基準以上に高いクラスターが少ない場合、候補クラスターは3つ以下になる(図表がグレイアウト)
 - ・当エリアと比べて基準以上に高いクラスターがあっても、今後注力すべき項目(黄色セル)がレコメンドされない場合がある(旅行目的以外の要因で、当エリアの指標が低くなっている可能性がある)



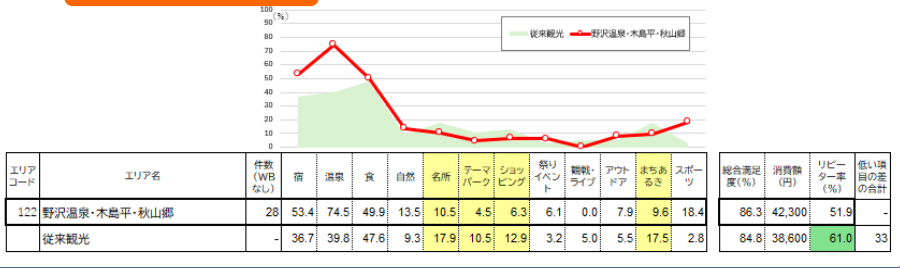
候補1 スポーツレジャー クラスター



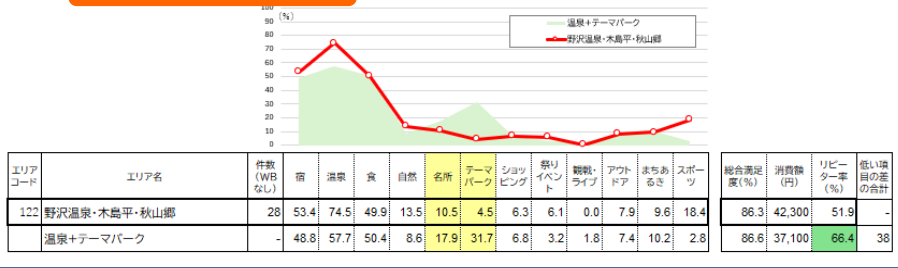
候補2 アウトドア+スポーツレジャー クラスター



候補3 従来観光 クラスター



候補4 温泉+テーマパーク クラスター



地域の事例 ① “強み”を伸ばす

長野県 野沢温泉村

地域の事例 ② “課題”を改善する

兵庫県 淡路島

地域の事例 ③ “新領域”を育てる

北海道 小樽市

特徴

長野県 野沢温泉村

日本で唯一、村名に「温泉」がつく、1,300年の歴史ある温泉村。
徒歩で13の外湯を巡れ、30以上の源泉が湧く。
冬の山のパウダースノーは世界的にも評価され、
スノーシーズンは多くの外国人観光客が訪問する。



標高1,400mまで登れる山岳



90度以上の源泉が流れる村の台所
奇勝「麻釜（おがま）」

地域の課題

長野県 野沢温泉村

グリーンシーズンの観光需要。

水・海

西日本や海がある県

自然・山

長野県その他エリア

じゃら宿エリアクラスター分析

長野県 野沢温泉村

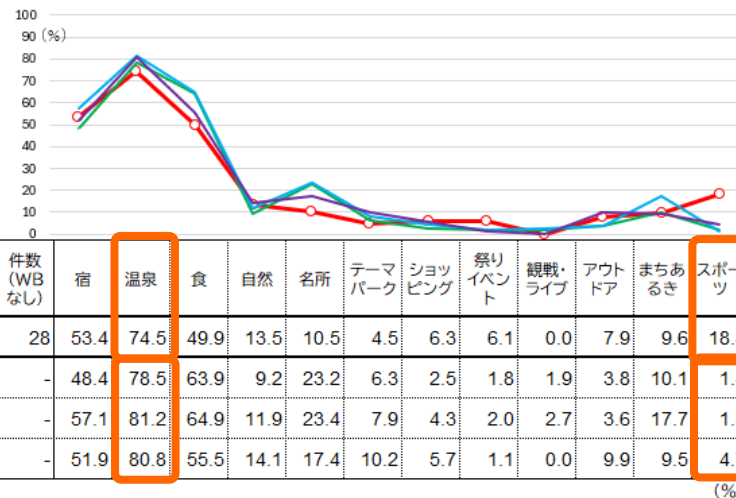
野沢温泉村は【温泉突出】クラスター（259エリア中、47エリアが該当）に。

122 野沢温泉・木島平・秋山郷

クラスター名 ▶ 温泉突出

■ 旅行目的の割合と3つの指標
【同じクラスター上位エリア平均との比較】

— 野沢温泉・木島平・秋山郷
— 同クラスター 総合満足度 上位5平均
— 同クラスター 消費額 上位5平均
— 同クラスター リピーター率 上位5平均



凡 例
■ 基準以上の差がある指標
総合満足度: 3pt
消費額: 500円
リピーター率: 5pt

エリアコード	エリア名	件数 (WBなし)	宿	温泉	食	自然	名所	テーマパーク	ショッピング	祭りイベント	観戦・ライブ	アウトドア	まちあそび	スポーツ	総合満足度 (%)	消費額 (円)	リピーター率 (%)	低い項目の差の合計
122	野沢温泉・木島平・秋山郷	28	53.4	74.5	49.9	13.5	10.5	4.5	6.3	6.1	0.0	7.9	9.6	18.4	86.3	42,300	51.9	-
	同クラスター 総合満足度 上位5平均	-	48.4	78.5	63.9	9.2	23.2	6.3	2.5	1.8	1.9	3.8	10.1	1.8	97.5	41,420	60.8	379
	同クラスター 消費額 上位5平均	-	57.1	81.2	64.9	11.9	23.4	7.9	4.3	2.0	2.7	3.6	17.7	1.3	92.1	52,920	51.3	534
	同クラスター リピーター率 上位5平均	-	51.9	80.8	55.5	14.1	17.4	10.2	5.7	1.1	0.0	9.9	9.5	4.7	89.1	33,360	78.8	156

強み

温泉は、上位5エリアより下回るが、**74.5%**と高い数値で健闘。ほかに、スポーツが**18.4%**と圧倒的に高い数値。

弱み

総合満足度**86.3%**・リピーター率**51.9%**。上位5エリアの平均値より下回る。

課題への対策例

長野県 野沢温泉村

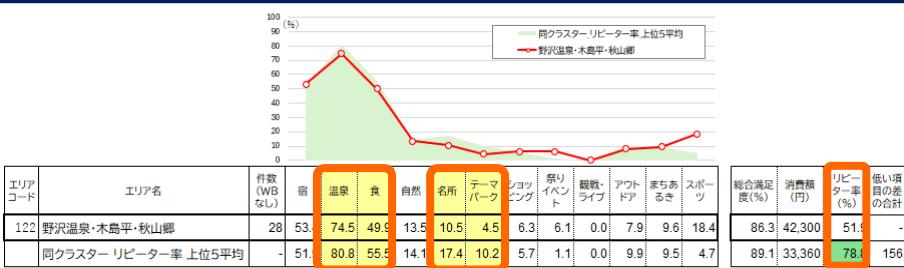
同クラスター【温泉突出】で比較した際
着目できる観光資源

異なるクラスターと比較した際
着目できる観光資源

リピーター率を上げるためには、
温泉・食・名所・テーマパークを
磨くことが有効となりそう。

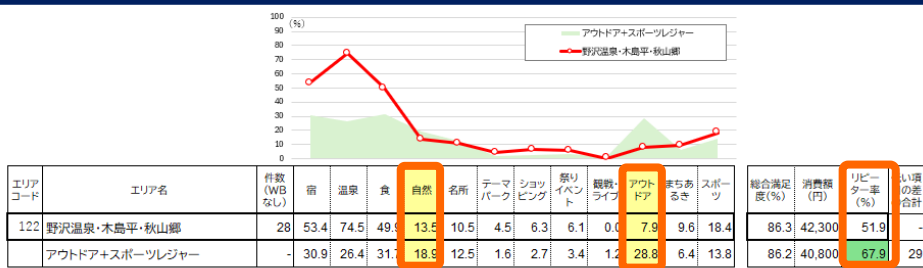
もともとスポーツが高いため、
+ 自然・アウトドアを磨くことで
【アウトドア+スポーツレジャー】
クラスターに近づく可能性も。

同クラスター内で、リピーター率を上げるには



温泉 / 食 / 名所 / テーマパーク

候補2 アウトドア+スポーツレジャー クラスター

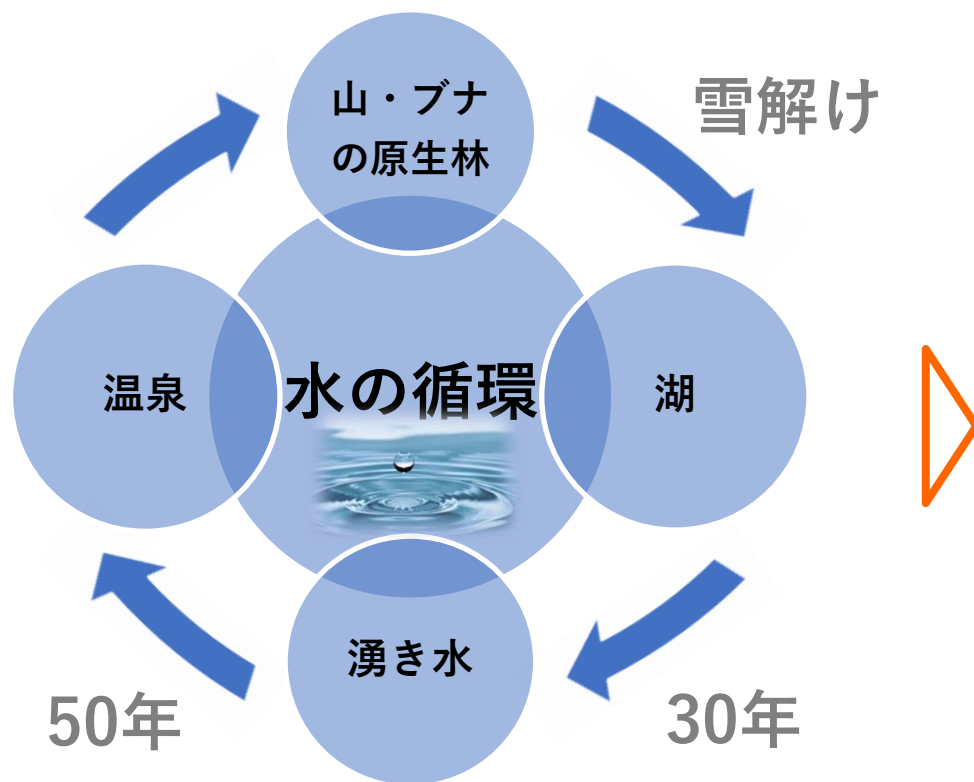


自然 / アウトドア

目指す方向性

長野県 野沢温泉村

ビジョン “水の谷の伝承” を伝える観光造成。



アクティビティ・食や文化



特徴

兵庫県 淡路島

本島と四国の間に位置し、アクセスが便利。
島内は車で、約3時間半でドライブができる。
海、温泉、淡路島グルメ、遊園地など観光資源の種類も多く、
若者やファミリー層も含め幅広い層に人気の観光地となっている。



淡路島から鳴門を結ぶ
世界最大の「海のうずしお」



従来型の遊園地に加え、近年は
水中アスレチックやアニメ・
テクノロジー・自然など
融合型テーマパークの新設も話題

じゃら宿エリアクラスター分析

兵庫県 淡路島

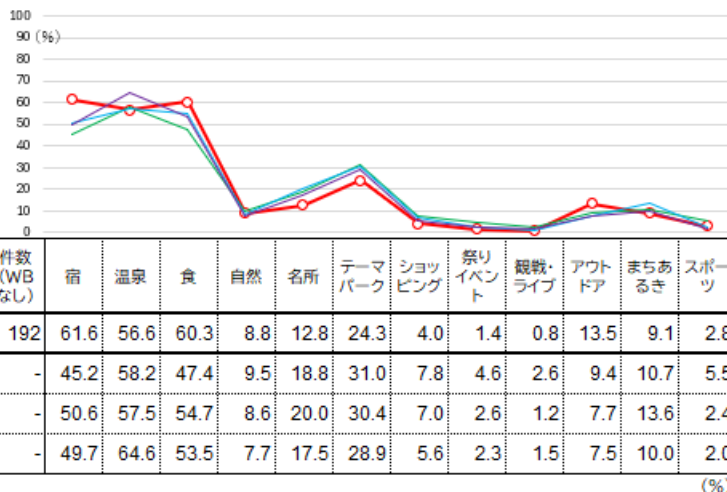
淡路島は【温泉＋テーマパーク】クラスター（259エリア中、14エリアが該当）に。

224 淡路島

クラスター名 ▶ 温泉＋テーマパーク

■ 旅行目的の割合と3つの指標
【同じクラスター上位エリア平均との比較】

○ 淡路島
— 同クラスター 総合満足度 上位5平均
— 同クラスター 消費額 上位5平均
— 同クラスター リピーター率 上位5平均



凡 例
基準以上の差がある指標
総合満足度: 3pt
消費額: 500円
リピーター率: 5pt

エリアコード	エリア名	件数 (WBなし)	宿	温泉	食	自然	名所	テーマパーク	ショッピング	祭りイベント	観戦・ライブ	アウトドア	まちあるき	スポーツ	総合満足度 (%)	消費額 (円)	リピーター率 (%)	低い項目の差の合計
224	淡路島	192	61.6	56.6	60.3	8.8	12.8	24.3	4.0	1.4	0.8	13.5	9.1	2.8	89.5	38,700	73.0	-
	同クラスター 総合満足度 上位5平均	-	45.2	58.2	47.4	9.5	18.8	31.0	7.8	4.6	2.6	9.4	10.7	5.5	91.1	35,680	67.4	122
	同クラスター 消費額 上位5平均	-	50.6	57.5	54.7	8.6	20.0	30.4	7.0	2.6	1.2	7.7	13.6	2.4	88.2	43,160	68.5	122
	同クラスター リピーター率 上位5平均	-	49.7	64.6	53.5	7.7	17.5	28.9	5.6	2.3	1.5	7.5	10.0	2.0	88.1	37,260	72.7	113

(%)

強み

同じグループ内でリピーター率は、**73.0%**と圧倒的1位。
総合満足度も高く、全体的に高い数値が並ぶ。

弱み

消費額は、上位5エリア平均との差▲約**4,500円**と大きめ。

課題への対策例

兵庫県 淡路島

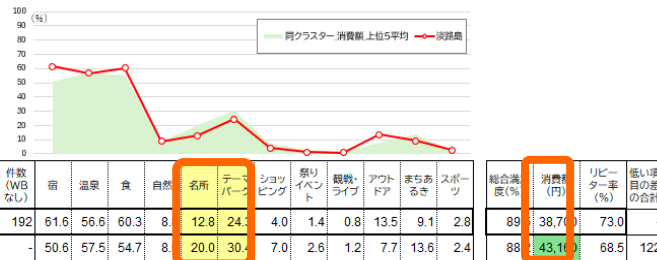
同クラスター【温泉＋テーマパーク】で
比較した際 着目できる観光資源

異なるクラスターと比較した際
着目できる観光資源

消費額を上げるためには、
名所・テーマパークを
磨くことが有効となりそう。

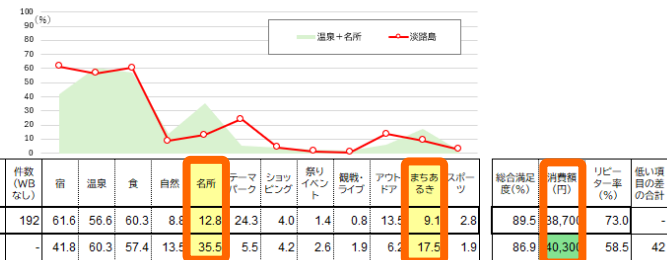
名所・まちあるきを観光資源として
磨くことで、【温泉＋名所】クラスター
に近づく可能性を持つ。

同クラスター内で、消費額を上げるには



名所 / テーマパーク

候補3 温泉＋名所 クラスター



名所 / まちあるき

地域の課題

兵庫県 淡路島

淡路島が本来持つ、歴史的な側面の魅力の認知が弱い。



「国生みの島」淡路島の西海岸から
臨む絶景の夕日



日本最古の神社、
「伊弉諾神宮」（いざなぎじんぐう）
日本を創造した神が祀られている

地域の課題

兵庫県 淡路島

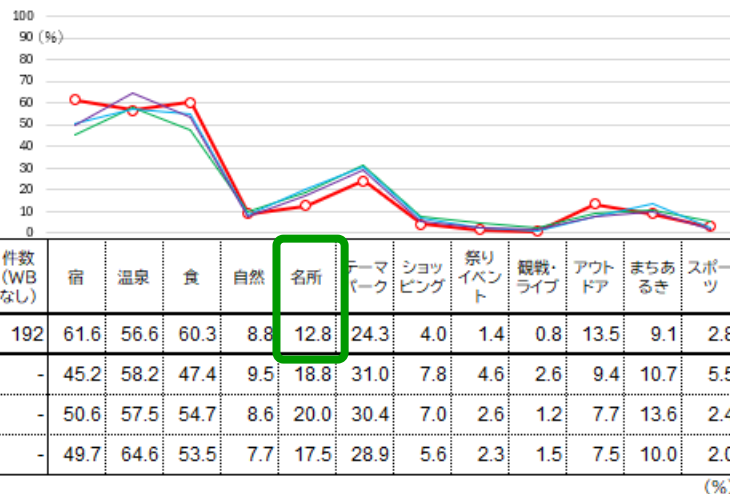
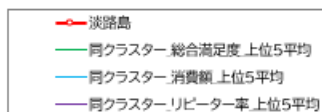
淡路島が本来持つ、歴史的な側面の魅力の認知が弱い。

224 淡路島

クラスター名 ▶ 温泉+テーマパーク

■ 旅行目的の割合と3つの指標

【同じクラスター上位エリア平均との比較】



凡 例			
基準以上の差がある指標			
総合満足度:3pt			
消費額:500円			
リピーター率:5pt			

エリアコード	エリア名	件数 (WB なし)	宿	温泉	食	自然	名所	テーマパーク	ショッピング	祭りイベント	観戦・ライブ	アウトドア	まちあるき	スポーツ	総合満足度 (%)	消費額 (円)	リピーター率 (%)	低い項目の差の合計
224	淡路島	192	61.6	56.6	60.3	8.8	12.8	24.3	4.0	1.4	0.8	13.5	9.1	2.8	89.5	38,700	73.0	-
	同クラスター 総合満足度 上位5平均	-	45.2	58.2	47.4	9.5	18.8	31.0	7.8	4.6	2.6	9.4	10.7	5.5	91.1	35,680	67.4	122
	同クラスター 消費額 上位5平均	-	50.6	57.5	54.7	8.6	20.0	30.4	7.0	2.6	1.2	7.7	13.6	2.4	88.2	43,160	68.5	122
	同クラスター リピーター率 上位5平均	-	49.7	64.6	53.5	7.7	17.5	28.9	5.6	2.3	1.5	7.5	10.0	2.0	88.1	37,260	72.7	113

名所 12.8%

目指す方向性

兵庫県 淡路島

古来の淡路島の魅力に再注目した、観光の造成。

淡路島の魅力

近代

古来

海

国生みの島

テーマパーク

自然巡り

温泉

うずしおの
食や文化の恵み

グルメ

御食国



アクティビティ・食や文化



特徴

北海道 小樽市

北海道鉄道発祥の地。
明治～大正期には北海道開拓の玄関口ー北の商都として繁栄。
往時の面影を今に伝え、
まち全体がノスタルジックな雰囲気包まれている。



小樽運河沿いに当時の銀行建築や
石造倉庫などが並ぶ



約1.3km続く有名な堺町通り商店街。
海鮮やスイーツの小樽グルメの食べ歩き
ガラスやオルゴールなど小樽発の名店が並ぶ

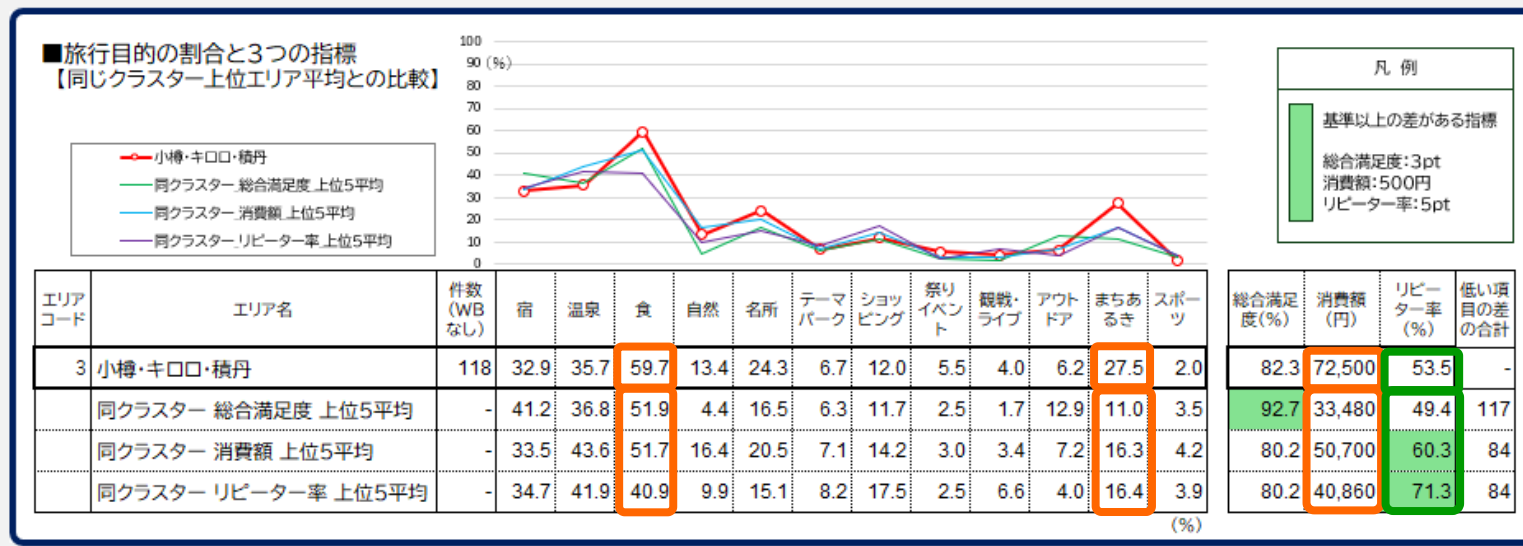
じゃら宿エリアクラスター分析

北海道 小樽市

小樽市は【従来観光】クラスター（259エリア中、31エリアが該当）に。

3 小樽・キロロ・積丹

クラスター名 ▶ 従来観光



強み

食・まちあるきが**59.7%・27.5%**と牽引。消費額は圧倒的1位の、**72,500円**。グループ平均より約22,000円高い。

弱み

リピーター率が**53.5%**と、グループ平均より低い。
まちあるきが高いが、【名所＋まちあるき】グループの分類とならなかった。

課題への対策例

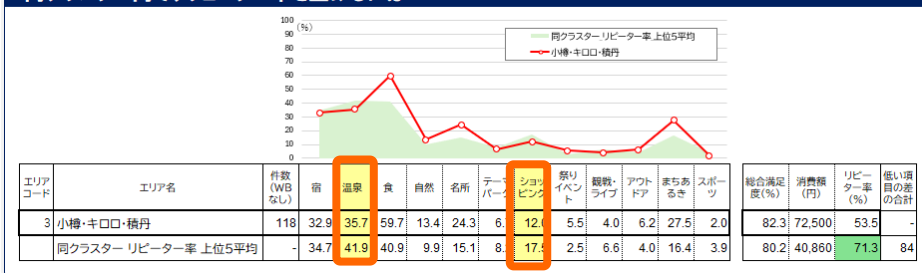
同クラスター【従来観光】で比較した際
着目できる観光資源

温泉・ショッピングを磨くことで、
リピーター率の改善に寄与。

異なるクラスターと比較した際
着目できる観光資源

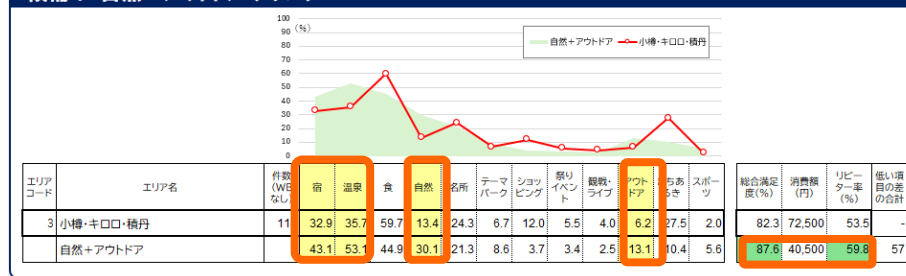
宿・温泉・自然・アウトドアを磨くこと
で、【自然＋アウトドア】クラスター
にも近づく。
総合満足度・リピーター率にも寄与。

同クラスター内で、リピーター率を上げるには



温泉 / ショッピング

候補4 自然＋アウトドア クラスター



宿 / 温泉 / 自然 / アウトドア

※小樽は土地柄、温泉の実現は難しい

地域の課題

北海道 小樽市

長期滞在の市場が開拓できていない。

アクセス

札幌から日帰りで行け、
快速で35分と
電車の交通も便利

食の
まちあるき
が中心

滞在時間に寄与する、
体験コンテンツが少ない

目指す方向性

北海道 小樽市

新しいエリアを巻き込んだ、新たな小樽の魅力造成。

小樽市の魅力

中心街

運河

歴史的建造物

グルメ

まちあるき

銭函エリア

地元銭函の海

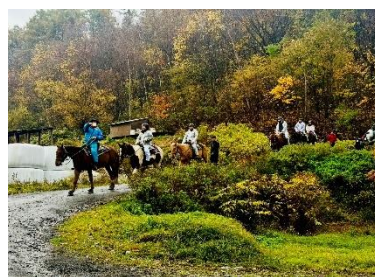
春日山・乗馬

地元の食材

北海道の木を
感じるヴィラ



暮らすように滞在する 銭函



データは活用次第。

客観的に、^{ふかん}俯瞰して見ることで強みや課題の見落としを防ぐ。

地域や組織・チームでの、強みや課題の認識揃えに。

誰に、何をどのように、の観光戦略の判断基準として。

じゃら宿エリアクラスター分析について
今後のリクエストがあればぜひ、
ご連絡ください！



① エリア
キャラクターグループ
報告書はこちら

観光振興セミナー 2025

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

ご視聴いただきありがとうございました

本講演内容に関してのご意見・ご要望は
以下のメールアドレスまでお問い合わせください

株式会社 リクルート
じゃらんリサーチセンター
jalan_rc@r.recruit.co.jp



▲本講演資料はこちらのQR
コードからDLいただけます

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

- 本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
 - 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。
- 事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。
- ※問い合わせ先
[メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>
[その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail: jalan_rc@r.recruit.co.jp
- 本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。
- また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。