

## ビッグデータ&リアルタイム記録を活用した新たな自治体観光マーケティング 来訪者の分布情報やコメントに基づいた観光地の隠れた「魅力」を可視化

株式会社インテージリサーチ（本社：東京都東久留米市、代表取締役社長：井上 孝志）は、『モバイル空間統計<sup>®</sup>』<sup>※1</sup>と『レコーディングリサーチ』<sup>※2</sup>を活用し、「観光資源への来訪実態把握」と「観光資源の芽」を見つけるための自主企画調査を埼玉県川越市を対象に実施いたしました。

分析者：銭谷 恭子（ソーシャル事業推進部研究員）

### 【はじめに】

現在、政府では2020年の東京オリンピックに向けて、主に訪日外国人についてメジャーで人気のあるスポット、いわゆる「ゴールデンルート」以外の多様な地域における来訪者数の増加を目指しています。また、日本国内の旅行においても志向性の多様化にともない、様々な取り組みを通じて新たな観光資源の発掘、再構築が行われています。近年では、路地裏散策や、各地の聖地巡礼、トンネルや鉄橋など、従来の「観光資源」とは異なる資源が発掘・注目され、人気を集めています。このような、まちにとって魅力的な「観光資源の芽」は、どうすれば見つけることができるのでしょうか。

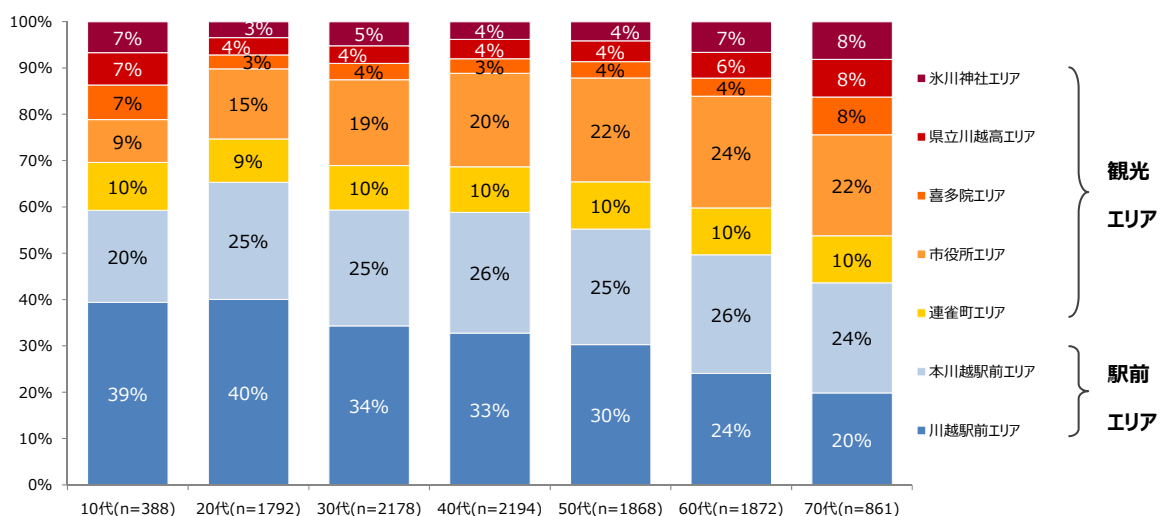
本分析では、モバイル空間統計とレコーディングリサーチを活用し、小江戸と称され蔵造りの町並みが今も残る埼玉県川越市を事例として「観光資源への人の来訪状況実態把握」と「観光資源の芽」を見つけるための調査方法の有効性を検討しました。

### 【分析結果のポイント①】

●『モバイル空間統計』からは、アンケート調査を実施せずとも年代別の滞在場所の差や居住地による流入時間差の差異を可視化することができました。

以下【図1】は、川越市の中心部を観光エリア5つと駅前エリア2つに分けて、調査対象期間に川越市外からの来訪者が川越市のどこに多く滞在しているかを年代別に表したものです。図からは、60・70代は各エリアで滞在人口が多く、様々な場所を周遊していることがうかがえます。一方、10・20代は駅前エリアでの滞在人口が他年代より多く、周遊エリアが狭いことがうかがえます。

【図1】川越市への来訪者は、どこに多く滞在しているか



※図表内、各年代のサンプル数は、各エリア滞在の延べ人数（最大値）を合計した数値

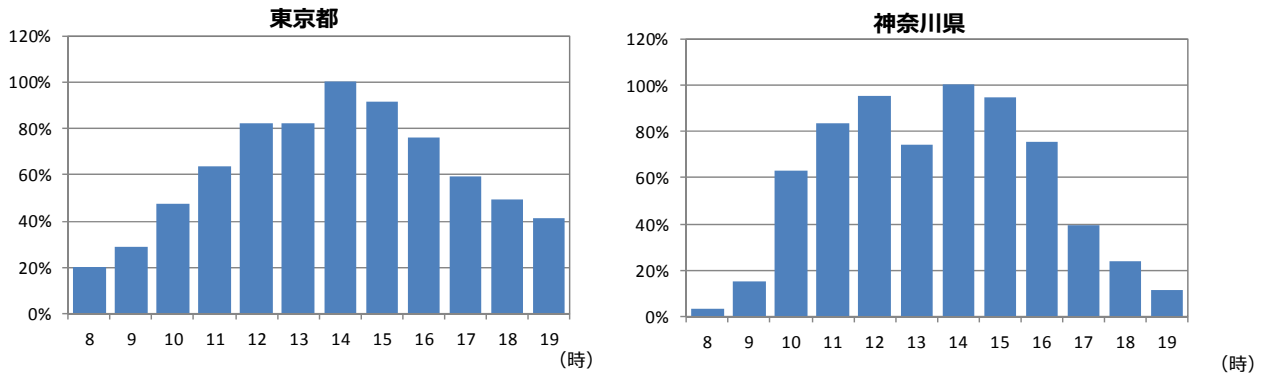
以下【図2】は、居住地（発地）別の調査対象エリアに滞在した人数をグラフ化したものです。

川越市に比較的近い東京都からの来訪者は、9時から10時、11時とだだらかに増えていき、17時になってもピーク時と比較して約60%の人が滞在しています。このことから隣県である東京からの来訪者は川越市の様々な時間帯を楽しんでいることが推測できます。

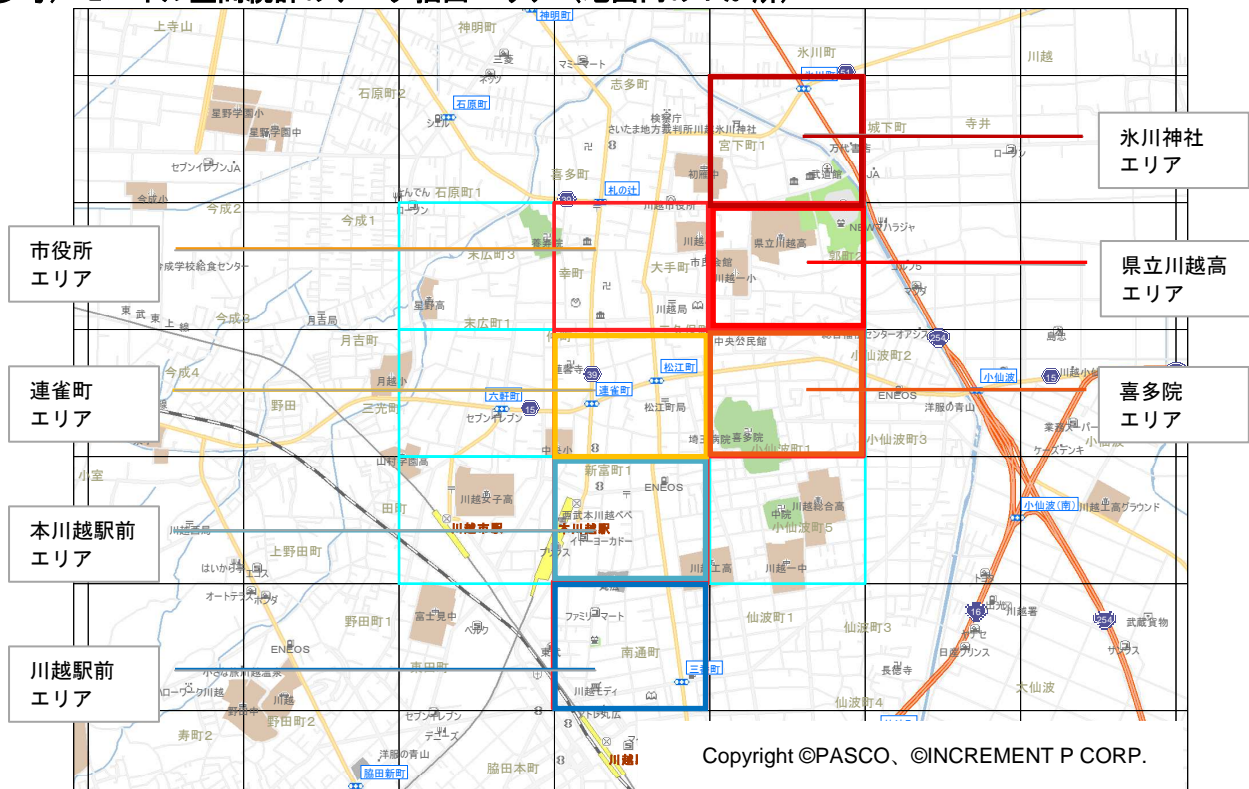
一方、神奈川県からの来訪者は10時に滞在者が増えた後、ピークが12時と14時双方に現れ、17時には滞在者が大きく減少します。このことから、隣県ではない神奈川県からの来訪者は比較的短時間の滞在で、集中して来訪している様子が見て取れます。

このようにモバイル空間統計を活用することにより、ターゲットごとの動きの違いを可視化することができ、ターゲットに応じた来訪や周遊の増加施策のための戦略立案に役立てることができます。

【図2】居住地によって、川越市への滞在時間はどのように異なるのか



参考) モバイル空間統計のデータ抽出エリア (地図内の7か所)



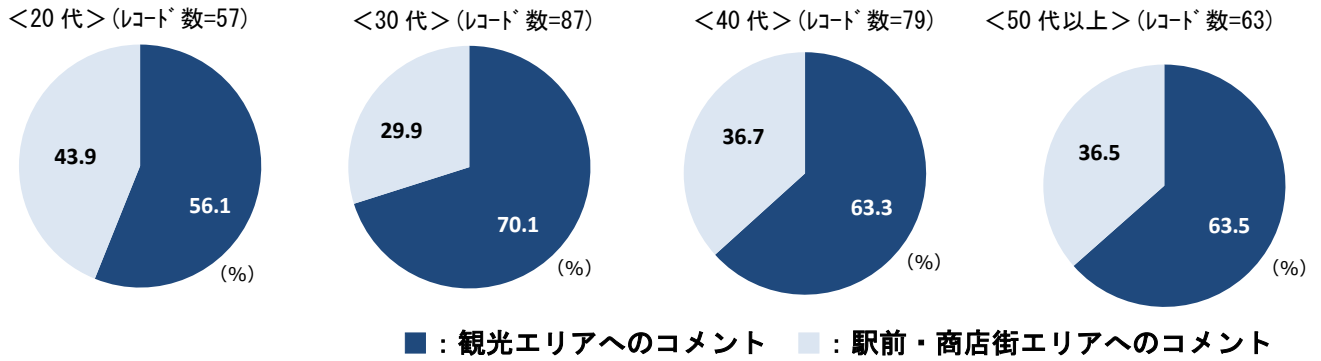
## 【分析結果のポイント②】

●『レコーディングリサーチ』では、観光名所以外のおすすめポイントを抽出することができました。

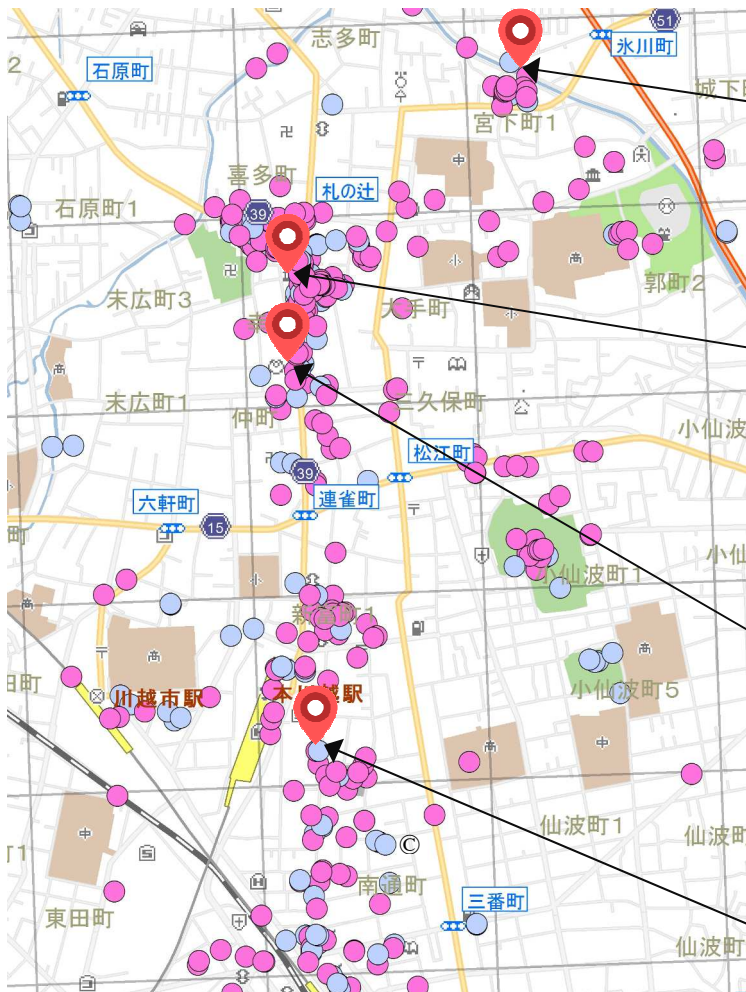
以下【図3】は、川越来訪時、リアルタイムでおすすめポイントを記録した数の集計結果です。20代では、他の年代と比較して、観光エリア以外でのおすすめポイントが挙がるという傾向が見られました。

また、【図4】のように具体的なリアルタイム記録を活用することにより、観光資源の芽の発見に役立てることが可能です。記録からは、実際のおすすめポイントが様々な場所にまたがり、かつ、有名な観光名所以外の多くのおすすめポイントの情報も得ることができました。

【図3】年代別おすすめポイント構成比（市外からの来訪者、駅前商店街・観光エリアコメント者）



【図4】市外からの来訪者20・30代女性が訪れた場所とコメント



### ●新河岸川沿いの桜並木

桜並木が川にせり出すように両側に続いていて満開になるととてもきれいです（市外30代女性来訪4回目以上）



### ●お店の外にあるカエルの置物

単純に可愛かった。またご利益がありそうな雰囲気も。（市外20代女性来訪1回目）



### ●保川歯科醫院

昼間に通ったときは、こんな素敵な建物の歯科医院！と驚きました。綺麗な古い建物だなあと。夜、再度通ると明かりでステンドグラスが綺麗に映えて、また一段と美しい。川越の夜の町並みに映えていました。（市外30代女性・来訪1回目）



### ●和紙屋さん

和が好きな人にぜひ！（市外20代女性・来訪1回目、お土産代に1000円分購入）



Copyright ©PASCO ©INCREMENT P CORP.



## 【分析概要】

### ●調査 1

調査方法：モバイル空間統計

調査地域：川越市内対象エリア（500mメッシュ×7エリア）

調査対象者：川越市外の居住者かつ、調査対象期間に調査地域に滞在した人

調査期間：2014年11月

分析機関：株式会社インテージリサーチ

#### ※1「モバイル空間統計」とは

モバイル空間統計とは、株式会社NTTドコモの携帯電話のネットワークのしくみを使用して作成される人口の統計情報です。携帯電話6,600万台<sup>※a</sup>の運用データを基にした新たな人口統計になります。

日本全国の1時間ごとの人口分布を、24時間365日把握することができます。

性別・年齢層別・居住地域別人口構成を、国内人口に加え、訪日外国人<sup>※b</sup>についても知ることができます。

※a 法人名義の契約データ等を除去して推計しています。

※b ドコモ独自推計により、2014年現在約250万台になります。対象エリアは市区町村・都道府県での調査になります。

年代・性別の提供はございません。居住地は国別になります。

「モバイル空間統計」は株式会社NTTドコモの登録商標です。

モバイル空間統計の提供元：株式会社ドコモ・インサイトマーケティング（<http://www.dcm-im.com/>）

### ●調査 2

調査方法：レコーディングリサーチ

調査地域：埼玉県、東京都、神奈川県（横須賀市）

※川越市観光アンケート調査より、来訪者が多いと考えられる地域を任意に選出

調査対象者：プレミアクラブ会員、調査対象期間に川越への来訪予定がある人

調査期間：2015年2月28日～3月28日

サンプル数：79サンプル（川越市内23、川越市外56）、478レコード（川越市内266、川越市外212）

調査内容：川越で立ち寄った場所、その場所のおすすめ度、その場所の写真、コメント、買ったもの

実査機関：株式会社ドコモ・インサイトマーケティング

分析機関：株式会社インテージリサーチ

#### ※2「レコーディングリサーチ」とは

レコーディングリサーチとは、従来の記憶型のアンケート調査とは異なり、スマートフォンを用いて継続記録形式で回答を得る手法です。常に持ち歩いているスマートフォンから、知りたい瞬間のリアルな声を集めることで、生活者に近いデータから新たな発見を得ることができます。

「プレミアクラブ」は株式会社NTTドコモの登録商標です。

【株式会社インテージリサーチ】<http://www.intage-research.co.jp/>

株式会社インテージリサーチ（本社：東京都東久留米市、代表取締役社長：井上孝志）は、インテージグループの一員として、社会・公共領域をテーマとした調査研究を行っています。また、リサーチノウハウとフィールドワークの専門性をコア・コンピタンスとして、公的統計調査の受託や民間の市場調査のデータ収集も行っています。

#### 【報道関係者のお問い合わせ先】

■株式会社インテージリサーチ 経営企画室 担当：宇和野（うわの）／萩森（はぎのもり）

TEL:042-476-5300 FAX:042-476-5303

#### 【調査に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージリサーチ ソーシャル事業推進部 担当：銭谷（ぜにや）／土屋（つちや）

TEL:03-5294-8325

サイト「お問い合わせフォーム」<https://www.intage-research.co.jp/contact/index.php/input>