事例No.	3195
公表年度	R6
団体の属性	中核市
団体名	兵庫県姫路市

事例区分	DX

タグ	・観光 ・EBPM ・ICT

事例種類	地域活性化

事例内容・タイトル

事例２：兵庫県姫路市の市街地における回遊行動促進

出典

ビッグデータ等の利活用推進に関する産官学協議のための連携会議（第22回）②

地方公共団体との実証的共同研究の概要等

➢ 令和５年度に実施した実証的共同研究４件のうち２件は地方公共団体との案件であり、いずれも街の賑わいを促す地域活性化の取組の効果に悩みを抱える２市（広島県府中市、兵庫県姫路市）と取り組んだもの

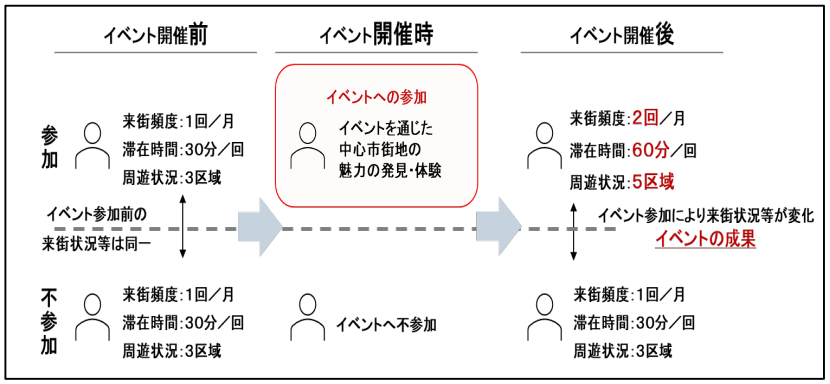
＜研究のポイント＞

	事例１：府中市における府中駅周辺の活性化	事例２：姫路市の市街地における回遊行動促進
概要	**●府中市が府中駅周辺に整備している施設の利用者の属性等を把握し、更なる利用に向けて実態や課題を明らかにする**	**●姫路市の市街地で開催されているイベントについて、開催前後における人々の行動変容（来訪頻度や回遊等の変化）を分析**
分析の考え方	**●現状や課題の把握のため、府中市や近隣市町の住民の意識と行動を分析** ４つの施設を主な分析対象として設定し、更なる利用に向けて、まずは具体的な利用者の属性などの実態や、施設の課題等を把握する必要があったため、利用者が「施設を利用するまでのステップ」（下図参照）を整理。認知度や未利用理由など利用者の内面はアンケート、施設の利用状況については人流データにより調査・分析。	**●現状把握のため、イベントの実施目的等を踏まえ、人流データを活用し回遊状況等を分析** 解決したい地域課題が、「まちのにぎわいの創出」や「地域経済の活性化」など抽象的であったため、まずは、これまで実施したイベント５つの地域課題解決に向けた位置づけや実施状況を確認。その上で、人流データを活用し、イベントの実施前後で人々の回遊等がどのような影響を受けているかなどを分析。

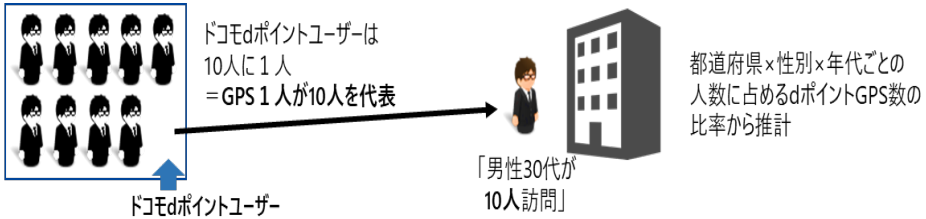
＜施設を利用するまでのステップ＞

フェーズ		認知	興味	行く	利用する	共有・リピート
想定されるボトルネックの例		・府中市にこんな施設があるのを知らなかった	・食べたい／ほしいものがない ・より立派な類似施設が近くにある	・自宅から遠い ・混んでそうと思う	・駐車できない ・昼食できる/買えるところがない ・飲食スペースない	・自宅から遠く、頻繁に行けない ・混雑していた（特に休日は周辺の駐車場がすぐ満車） ・飲食スペース狭い
測定の手段と指標	アンケート項目	・認知度	・関心度	・未利用の理由	・利用有無、回数 ・施設の不満点	・おすすめ度
	人流データ	―	―	・居住地別の来訪者数	・来訪者数 ・来訪者の属性	・来訪頻度

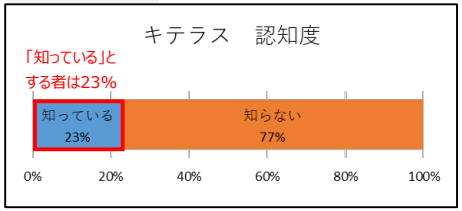
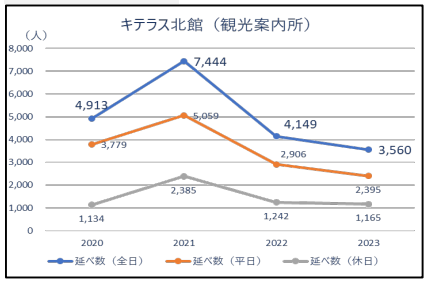
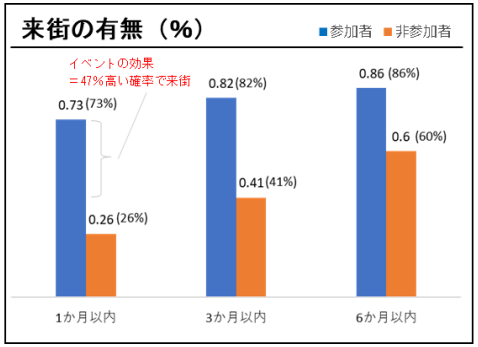
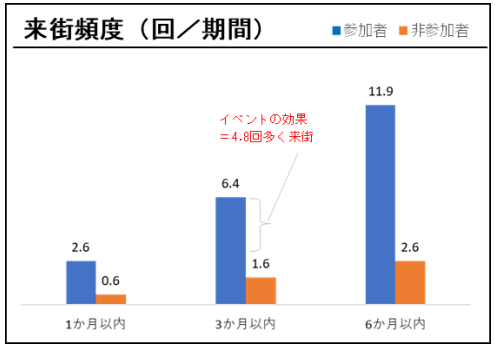
＜人流データを用いた分析の考え方＞



地方公共団体との実証的共同研究で使用した人流データの特徴

	事例１：広島県府中市における府中駅周辺の活性化	事例２：兵庫県姫路市の市街地における回遊行動促進
今回使用した人流データの特徴	・株式会社データワイズの「エリアマーケター」を使用 ・dポイントクラブ会員で、dポイントクラブアプリを利用しているアクティブユーザー（1か月に1回以上アクティブになるユーザー）1,000万人の位置情報等を利用 ・国勢調査のデータを用いて、都道府県、性別、年代ごとの人数に占める 同アプリのGPSデータ（ドコモGPS※）の比率を推計し、ドコモGPS1人分が何人分の重みか決定。これを踏まえて、<u>来訪者数を推計</u> ※ 同アプリのGPSをオンにしている者のGPSデータのことを指す。（推計例：都内30代男性のドコモGPS1人を10人分と決定し、当該者が施設Aに訪問した場合、施設Aの来訪者は10人と推計）  （図）：ドコモGPSを使った拡大推計について ・人流を知りたいエリアを任意に設定可能 ・ブログウオッチャーと比較すると、実際の来訪者数に近い数字を把握できると考えられる ・個人の行動の軌跡までは追いかけられない ・GPSデータが少ない場合は秘匿処理によりデータがゼロとなる場合と、拡大推計で過大値となる場合があり得る	・株式会社ブログウオッチャーが提供する人流データを使用 ・140種類以上のアプリを利用しているアクティブユーザー約3,000万人の位置情報等を利用 ・同社が提供する「非集計ODデータ」を用いて分析。非集計ODデータとは、携帯電話の端末ＩＤごとに発地・滞在地・着地を並べたデータであり、匿名化された個人の行動履歴を<u>実測値</u>として提供している。 ・同社独自の滞在判定技術により、トリップチェーン単位で行動の軌跡を把握できるとしている。（下記イメージ図参照）  ・人流を知りたいエリアを任意に設定可能 ・ある場所に来たかどうかを判定するには、位置情報のログの有無で判定できるが、滞在時間を判定するにはその場所に10分以上滞在していること等、任意の設定時間以上滞在していること以上が条件となっている。 ・ある期間中の来訪者数の変化を把握することに適していると考えられる。

地方公共団体との実証的共同研究の概要等

	事例１：府中市における府中駅周辺の活性化	事例２：姫路市の市街地における回遊行動促進
分析方法等	**●アンケートと人流データを併用した分析の方法** NTTドコモが提供するアンケート機能を活用し、認知度や利用しない理由等を把握。居住地や年代に偏りがあるなどの問題があった一方、速やかにアンケート結果が集計できた点はメリット。人流データは「エリアマーケター」（P４参照）を活用し、来訪者の属性を施設ごとに分析。	**●今回の分析におけるイベントの効果の測定方法** イベント参加者の行動変容に着目し、イベント開催前後の来訪の有無、来訪頻度、滞在時間及び周遊状況をアウトカムとして設定。傾向スコアマッチングにより不参加者と参加者を比較することにより、イベント参加者の行動の変化を分析。
分析の結果	アンケート及び人流データの結果を統合して、総合的にデータを解釈・整理。各施設ごとの利用者像を明確化し、例えば、「認知度が低いために利用者数が少ないとみられる施設」や、「府中市が市民向けに整備している施設だが、府中市民の利用者数が比較的少ないとみられる施設」があることなどを把握。 ➢ **キテラス（観光案内所）の分析結果の例** アンケート  府中市とその周辺地域における認知度は約２割であり、道の駅びんご府中の半分程度 人流データ  今回分析対象とした施設の中で、来訪者数が最も少ない 来訪者数が少ないのは、施設の認知度が低いことが原因の可能性	概ね全てのイベントについて、再来訪の確率や、来訪頻度が有意に増加していることを確認した。一方で、滞在時間や回遊状況については、対象となるイベントに参加しなかった場合の滞在時間や回遊状況（適切な反実仮想）の想定・設定が難しく十分な分析を実施することができなかった（滞在時間や回遊状況は来街しなければ確認することができないためである）。 ➢ **姫路お城まつり（R4.5.20~22開催）の分析結果の例**  
改善の方向性	「観光案内を行っている施設であることをもっと知ってもらうため、認知度の向上や観光客の利用者の増加に向けた方策を検討する必要」など、施設ごとの改善方策を提案。	今後、イベントの効果検証を実施する場合には、まずは地域課題の解決に向けて計画段階から実施の目的やターゲットを具体化した上で、ターゲットの参加の有無の把握、ターゲットの行動の変化に係る分析、ターゲットの行動の変化の因果関係に関する考察などを、段階的に進めていくことが効果検証の実施において効率的と考えられることなどを提案。