

 全国うごき統計

 全国インバウンド統計

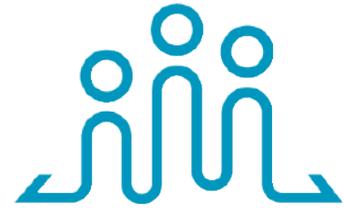
 検索×人流ビッグデータ

# 詳細事例の ご紹介



Producing  
The Future™

Pacific  
Consultants



# 全国うごき統計

## 活用事例等のご紹介

 パシフィックコンサルタンツ株式会社

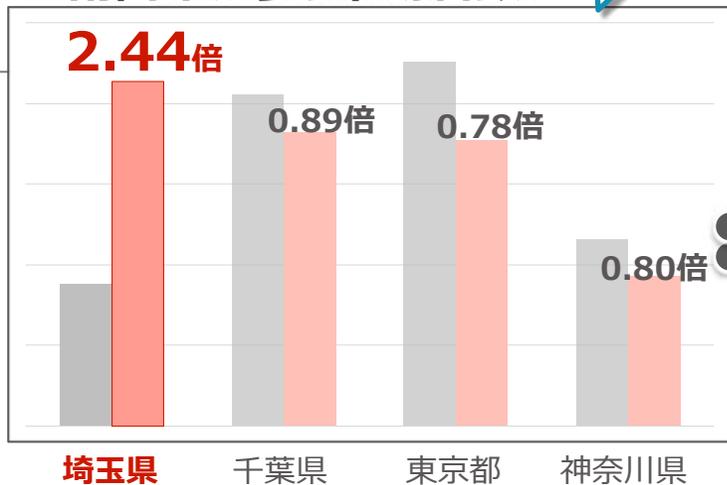
## 特異日における観光施設の属性別来場者分析

休校日の「埼玉県民の日」は、埼玉県からテーマパークへの来場者数が**2.44倍**に増加  
さらに埼玉県からの年代別来場者数をみると、10代の来場者が**11.10倍**に激増



「埼玉県民の日」である  
2019/11/14(木)の午前の  
天候が雨であったため、  
埼玉県以外は2割程度減少

### ■南関東からの来場者数



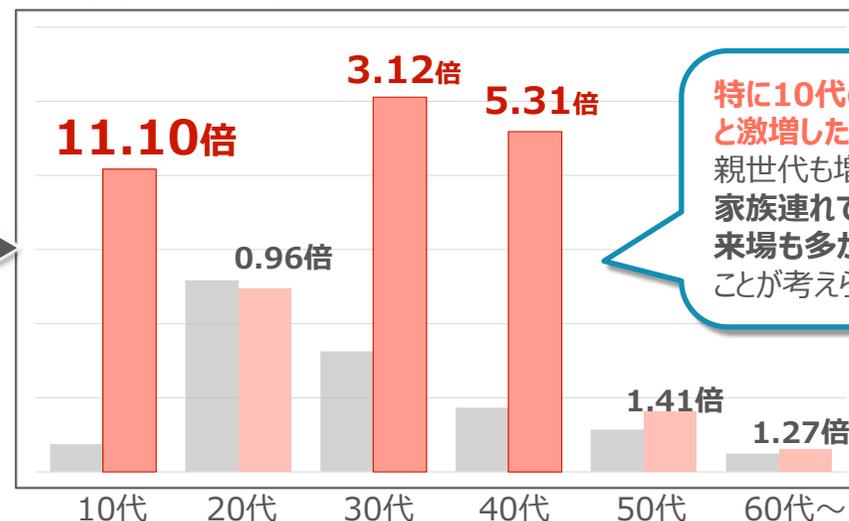
【凡例】

■ 2019/11/7 (木)

■ 2019/11/14 (木)  
埼玉県民の日

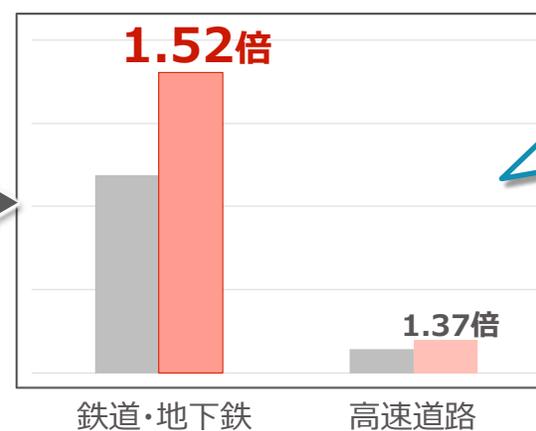
※埼玉県民の日と  
その1週間前との比較

### ■年代別の来場者数

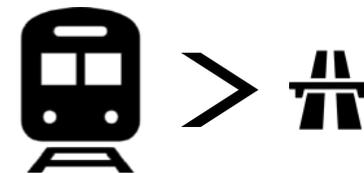


特に10代の来場者数が**11.10倍**  
と激増した。また30代および40代の  
親世代も増加したため、  
家族連れでの  
来場も多かった  
ことが考えられる

### ■交通手段別の来場者数



交通手段別にみると、高速道路の  
増加率が1.37倍であることに比べ  
「鉄道・地下鉄」の利用者が  
**1.52倍と大きく増加したことがわかる**



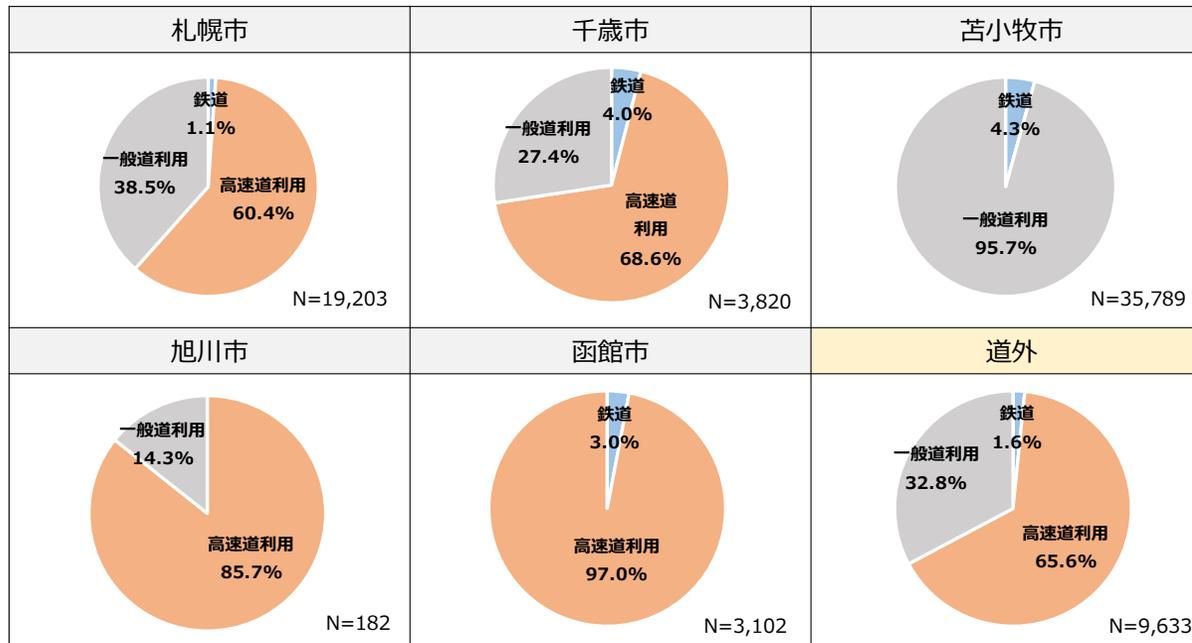
## 観光施設の来場者分析によるプロモーション検討

### 活用目的

- 観光施設来場者の利用交通手段を把握し、**プロモーション**に活用したい！  
⇒観光施設を対象とした「**メッシュOD量調査**」を行い、居住地別交通手段を把握

### 分析結果

- 道内客は遠距離ほど高速道利用**での来場が多いが、**道外客は一般道利用が一定割合**あり



### 検討結果

- 道内客へは、SA/PA**でのプロモーションに注力！
- 道外客へは、周辺の観光地・温泉地**でのプロモーションに注力！



## 観光地における二次交通ネットワークの検討

令和4年度 ビッグデータ活用による旅客流動分析 実証実験事業（国土交通省 総合政策局）

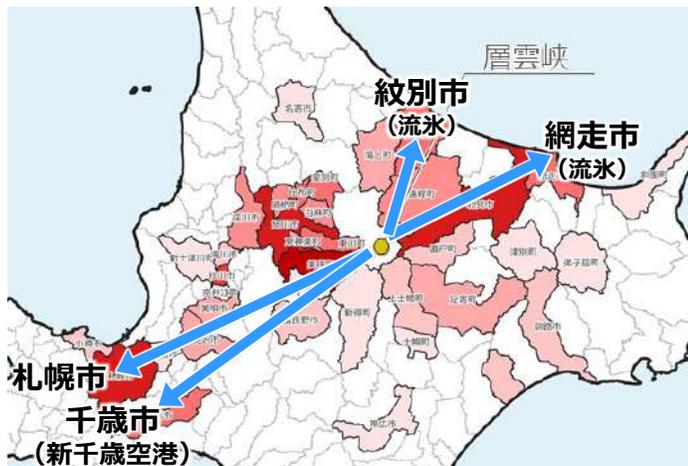
### 活用目的

- 中山間の温泉地において、**来訪客の移動需要を把握**し、**二次交通の検討**に役立てたい！  
⇒層雲峡温泉を対象とした「**メッシュOD量調査**」を行い、来訪客の前後立寄地や前後泊地を把握

### 分析結果

- 冬の道外客は、層雲峡の周辺都市や大都市・札幌のほか、**千歳（新千歳空港）や紋別・網走（流氷）に直行**
- 冬に層雲峡温泉に宿泊している道外客は、**釧路（阿寒湖）や札幌（定山溪）での前泊が多い**

▼道外客の立寄地（冬季・直後）



▼道外客の宿泊地（冬季・前泊）



### 検討結果



- 新千歳空港や紋別・網走との移動利便性向上**のために、二次交通ネットワークの見直しを行おう！
- 阿寒湖を冬季における差別化対象に設定**し、層雲峡と相互に魅力向上・集客が見込めるようにしよう！



# 全国インバウンド統計

## 活用事例等のご紹介

 パシフィックコンサルタンツ株式会社



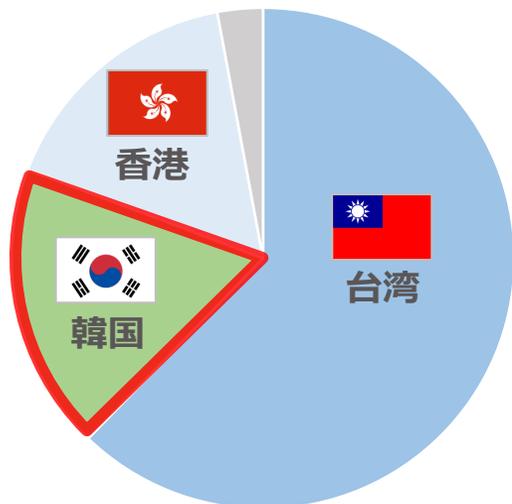
### 活用目的

- 観光客の取りこぼし状況を国別に把握し、**重点誘客ターゲット**を見定めたい！  
⇒「温泉街通過者」「温泉街来訪者」「温泉街内有償イベント来訪者」それぞれの居住国分布を把握

### 分析結果

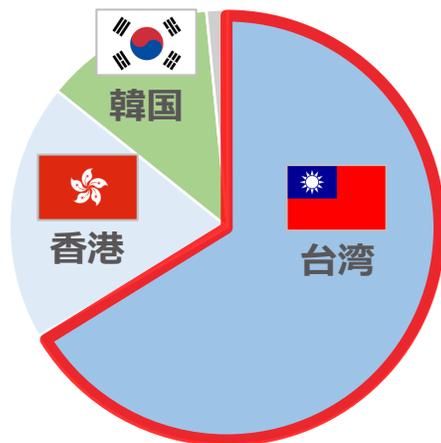
- 温泉街は台湾人に人気、韓国人の取りこぼしが多い
- イベントは香港人に人気、台湾人の取りこぼしが多い

温泉街通過者  
(温泉街前面の国道を通過した人)



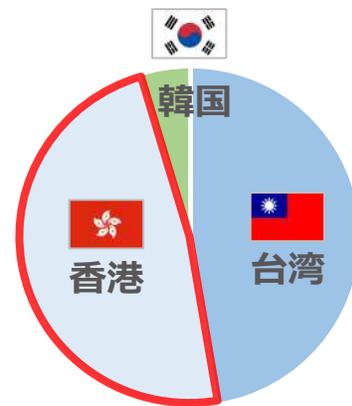
>

温泉街来訪者



>

温泉街内の有償イベント来訪者



### 検討結果

- ターゲット層の更なる消費機会誘発のため、**魅力的な有償コンテンツ開発**および**イベントでの更なるプロモーション強化**に注力！





# 検索×人流ビッグデータ

## 活用事例等のご紹介

 パシフィックコンサルタンツ株式会社

# 活用事例のご紹介 観光施設におけるニーズ・逸失要因分析

## 活用目的

- 観光施設検索者のニーズを把握し、集客に効果的な施策を把握したい！  
⇒観光施設関連検索者の「検索キーワード分析」を行い、来訪客・非来訪客それぞれのニーズを把握

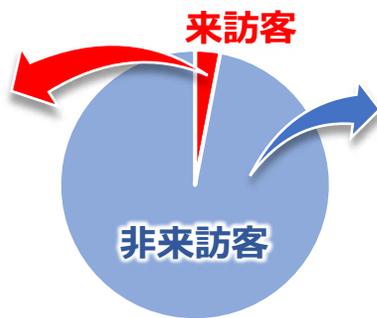
## 分析結果

- 来訪客は観光施設周辺の情報を探している一方、非来訪客は観光施設自体に何らかの不満要因あり

観光施設について検索したうえで  
観光施設を来訪した人

ランキング	検索語
1	施設A アクセス
2	施設A 予約
3	観光地A
4	観光地A 温泉
5	B航空
6	C空港
7	D市 観光
8	E動物園
9	D市 グルメ
10	観光地A レンタカー

観光施設周辺の観光情報を  
を知りたい



検索ワードの  
違いが明確

観光施設について検索したが  
実際は観光施設を来訪しなかった人

ランキング	検索語
1	施設A 見学時間
2	施設A 送迎バス
3	施設A 当日券
4	施設A イベント
5	施設A お土産
6	施設A レストラン
7	施設A バスツアー
8	施設A コインロッカー
9	施設A キャンセル
10	施設A カフェ

観光施設自体の詳細情報を  
を知りたい

## 検討結果

- 非来訪客のニーズ充足のため、まずは公式HPでの情報提供の改善等に注力！
- 各種コンテンツ・ファシリティの充実も検討！



# 活用事例のご紹介

## 温泉観光地における比較対象地分析

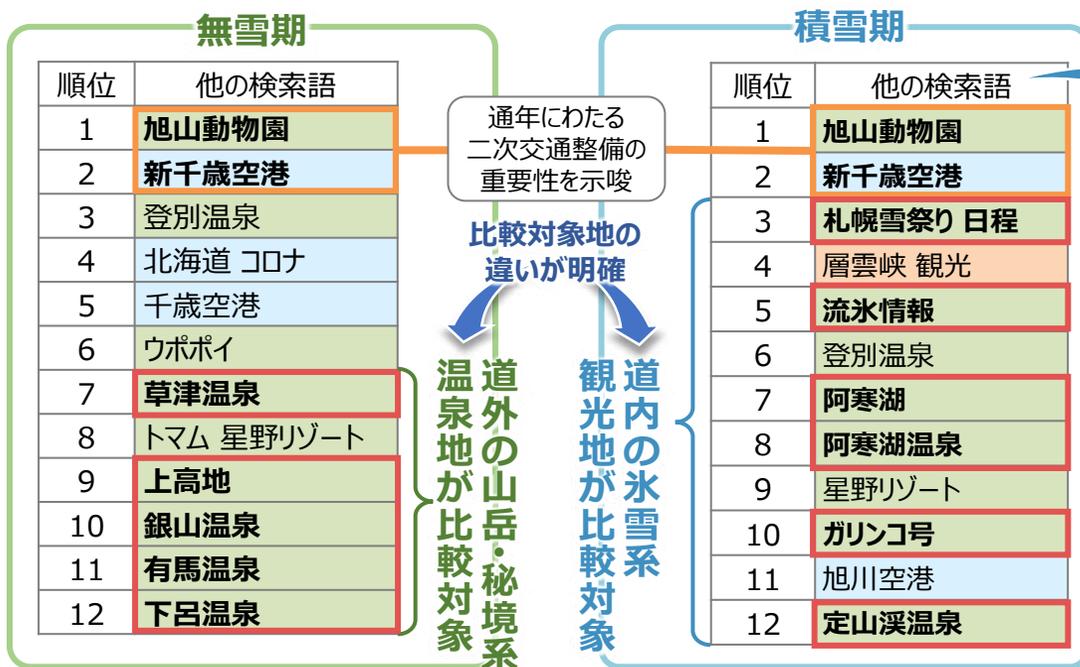
令和4年度 ビッグデータ活用による旅客流動分析 実証実験事業（国土交通省 総合政策局）

### 活用目的

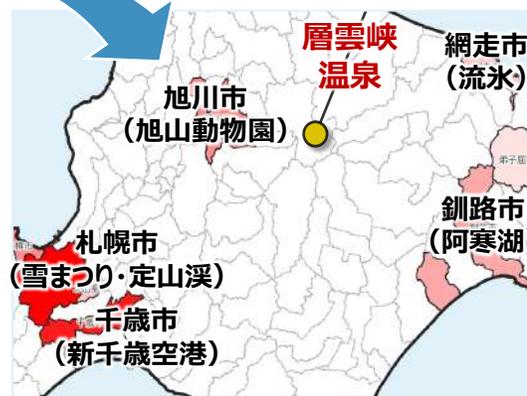
- 中山間の温泉地において、**非来訪客のニーズを季節別に把握し、来訪促進施策**に役立てたい！  
⇒「層雲峡温泉」関連検索者の「**検索キーワード分析**」「**逸失先分析**」を行い、比較対象地を把握

### 分析結果

- 無雪期には**道外の山岳・秘境系温泉地と比較され**、  
積雪期には**道内の冰雪系観光地と比較され逸失**



実際の逸失先とも概ね一致！



### 検討結果



- 比較対象地との差別化を意識しつつ、**ブランディング強化やコンテンツの魅力向上**を検討！
- モデルコースのPR、ツアー造成、二次交通の利便性向上**に注力！