

令和 5 年度

小田原市内の AIBeacon を用いた来訪者の人流動向調査
報告書

令和 5 年 7 月 株式会社アドインテ

1. 本調査の目的及び背景

1-1 調査の目的

1-2 調査方法

2. 個人情報保護に関して

3. 調査報告

3-1 4月での主な傾向

3-2 5月での主な傾向

3-3 6月での主な傾向

3-4 3か月間の総括

1. 本調査の目的及び背景

1-1 調査の目的

小田原市の様な観光地では実空間での来訪者の計測は難しく、施設間の回遊や滞在時間などといった実際の行動も数値ではなく体感による大まかなものであった為、イベントや観光施策がどれほどの効果を生み出せたのかが不明瞭であり、今回の調査では小田原市内における観光客の動態や特徴等を調査分析することにより、戦略的かつ効果的に観光客の受入環境整備や情報発信、周遊観光ルートの検討など今後の観光地域づくりの基礎資料にするとともに、調査分析結果を小田原市のホームページ等に公開して市内事業者のマーケティングに役立て、更なる地域経済の活性化を図る事を目的とする。

1-2 調査方法

データの収集方法は2つあり、AIBeacon と GPS 信号となる。この2つのデータより、より粒度の高い人流解析を可能としており、AIBeacon でのデータ取得方法は、スマートフォンの Wi-Fi がオン設定になっていることが取得条件となる。スマートフォンが Wi-Fi 電波を探す信号を感知してデータの取得を行っている。

GPS データは、アドインテが連携しているスマートフォンアプリの GPS 発信を収集している。

小田原市内に設置した AIBeacon やスマートフォンアプリからのデータを集計し、各地点の来訪数を日別と時間別、来訪者の性年代分布、居住地、各ビーコン間の接触順を表す回遊パターン、各ビーコン間の重複率などの分析を行いレポートティンクを行う。

設置箇所は以下の 22 箇所となる。

1. 小田原観光案内所
2. ハルネ小田原
3. ミナカ小田原
4. 小田原城天守閣
5. 小田原城 NINJA 館
6. 二の丸観光案内所
7. 小田原城本丸広場周辺
8. 小田原市観光センター
9. 小田原宿なりわい交流館
10 小田原文学館
11. 御幸の浜海岸
12. 松永記念館
13. JR 早川駅周辺
14. 小田原漁港
15. 漁港の駅 TOTOCO 小田原

16. 石垣山一夜城
17. こどもの森公園わんぱくランド
18. いこいの森
19. 小田原フラワーガーデン
20. 梅の里センター
21. 鈴廣かまぼこの里
22. 旧松本剛吉別邸

2. 個人情報保護に関して

本調査で取得したデータについては、調査対象者のスマートフォンに記録された行動履歴から類推されるものであると同時に個人が特定される情報は含まず、個人情報とはなり得ないことを発注者及び受注者で確認を行っており、その取扱いについても漏洩等内容に厳重に万全の対策を講じている。

3. 調査報告

3-1 4月の傾向

4月でのカスタマー数は、325,957人となる前月比より約15%減少する事となった。主に、ビジターの数字が約5万人の減少から新学期による学生や遠方の家族の流入が減ったことが起因されると想定される。

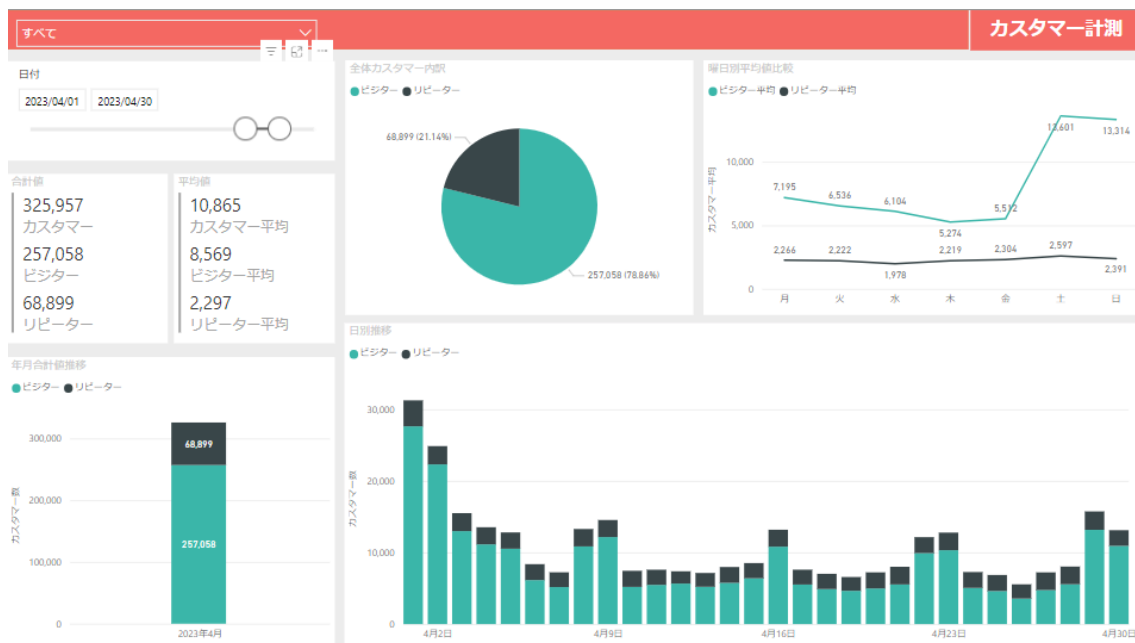
日別でのカスタマー数での比較では、4月1日と2日がそれぞれ3万人と2万5千人の検知ができており月内で一番人の出入りがあった日となった。これの数字での起因されることとしては、1週目の土日と春休み期間が被ったことと考えられる。

更に、この1日の数字は計測を始めた10月より一番人の多い日にちとなった。地点別でみると小田原城での本丸広場周辺で10万人超え、天守閣が5万人越えとなり、ハルネ小田原では4万人越えとなった。他の地点では、鈴廣かまぼこ博物館で2万人越えとなり、ミナカ小田原と漁港の駅TOTOCOで1万人を超えた。

小田原城本丸広場周辺では、1日2日と小田原おでんサミットの開催もカスタマー数増加の要因であると考えられる。

時間帯別での傾向では、各設置箇所でのコアパーク時間帯は、平日では12時から14時までのランチの時間帯となり、休日では10時から17時の日中から夕方までの長い時間となる。特にピークにかかる前の9時台から10時台にかけて600人の増加が起こる。そして、お昼ピークである11時から14時までは2,000人近くの人が検知できている。

15時から16時にかけて400人の減少や16時から17時で600人ほどの減少傾向から遠方観光客の岐路につく時間であると想定される。そして近隣の観光客は、晩御飯を食べて帰路に就くと想定されるので18時19時あたりまで500人ほどの流入がある。(引用：カスタマー計測4月)

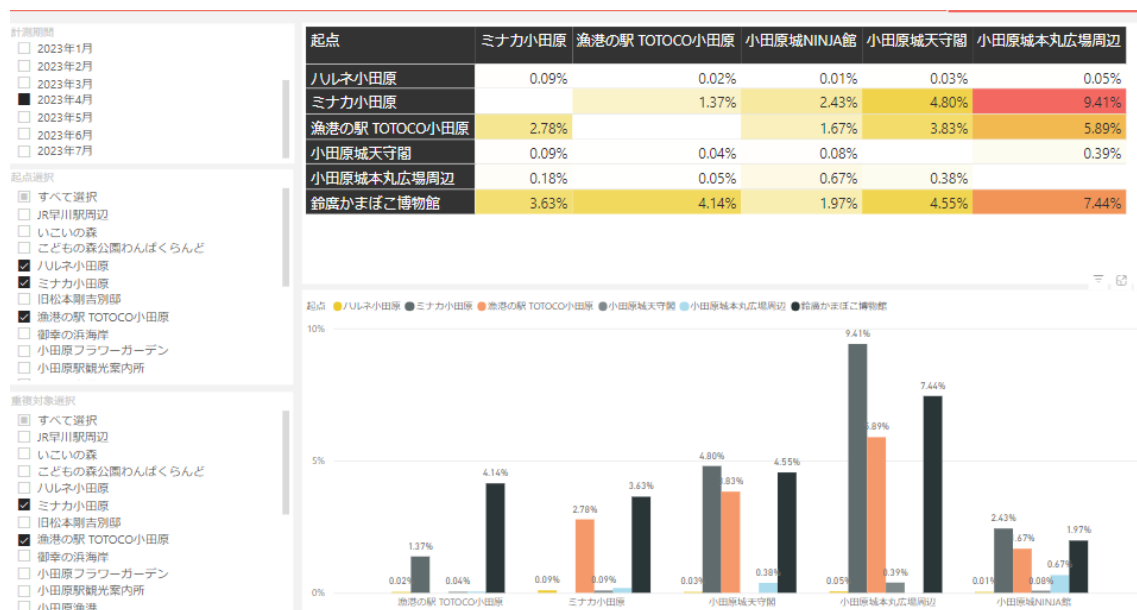


（参考：カスタマー計測 4 月）

各設置拠点での重複率を見ていくと、小田原城周辺である本丸広場や天守閣、NINJA 館はそれぞれの重複率は高く 1 番高くて NINJA 館を起点とした際の本丸広場周辺で 70%を超える。NINJA 館の他の重複箇所では、ミナカ小田原とハルネ小田原が共に 15%の割合となる。小田原城内の施設利用者は、駅前の商業施設でのお買い物や飲食をしていることが考えられる。

他の起点では、漁港の駅 TOTOCO では最寄り駅である JR 早川駅周辺とで 12%の重複がある。電車で早川駅に向かう訪問者が少ない事が考えられる。

ミナカ小田原と小田原駅観光所で 9%の重複が起こっており、駅周辺での流入があることが考察される。



(参考：カスタマー重複4月分)

3-2 5月の傾向

5月より3つの設置箇所にて計測方法の変更が生じる

先月まで、おだわらいノベーションラボに設置していたAIBeaconはミナカ小田原（3階タワー棟入口）への設置に切り替えを行い、小田原漁港と漁港の駅 TOTOCO での設置 AIBeacon 数を一つ増やし2台ずつの設置を行う変更となった。

5月は、祝日が重なるゴールデンウィークが存在しており、観光地への賑わいがあったと想定できる、実際に数字の変化を見ていくと5月で計測されたカスタマー数は、344,690人となった。前月比で2万人ほどの上昇、約6%の上昇となった。ゴールデンウィーク期間中の5月3日から5日迄の3日間は、連日2万人を超えるカスタマー数が小田原市内に訪れた。

プレイス毎での数字を見ていくと小田原本丸広場周辺で8万人、天守閣で5.6万人、漁港の駅 TOTOCO で5.2万人、ハルネ小田原で4.3万人、ミナカ小田原で2.9万人、鈴鹿かまぼこ博物館で2.5万人の推移となった。それぞれゴールデンウィークであった3日から5日迄が人数推移として多く表れた。

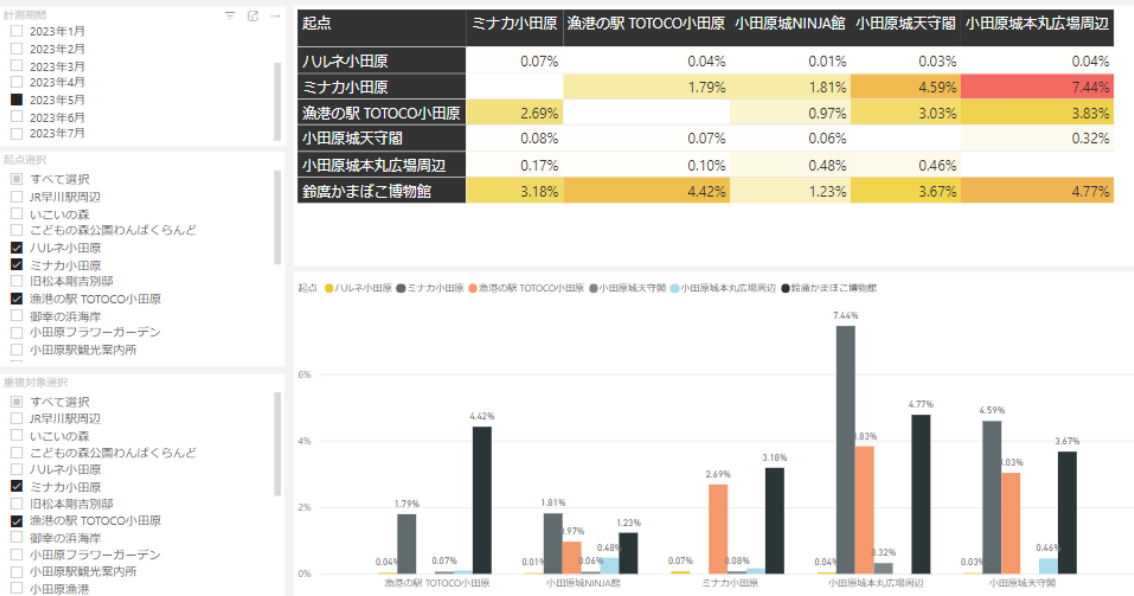
本丸広場周辺では、3日に小田原北条五代祭りが開催された。実際に、本丸広場周辺は3日が一番多い8,000人を超えるカスタマー数が検知された。

時間帯で見ていくと、5月のピーク時間はお昼の11時から14時となった。19時頃を目途にカスタマー数は減少し続ける。観光客の活動する時間は主に9時から18時頃であると考察できる。

各設置箇所の重複率を比較していくと、こどもの森わんぱくランドと小田原城周辺での重複率が先月よりも大きく変化した。主にわんぱくランドを起点としたときのNINJA館の重複率は10%となり先月よりも大幅に上昇した。ここから考えられる点としては、ゴール

デンウィーク期間による小さな子どもがいる家族が増えたと想定される。

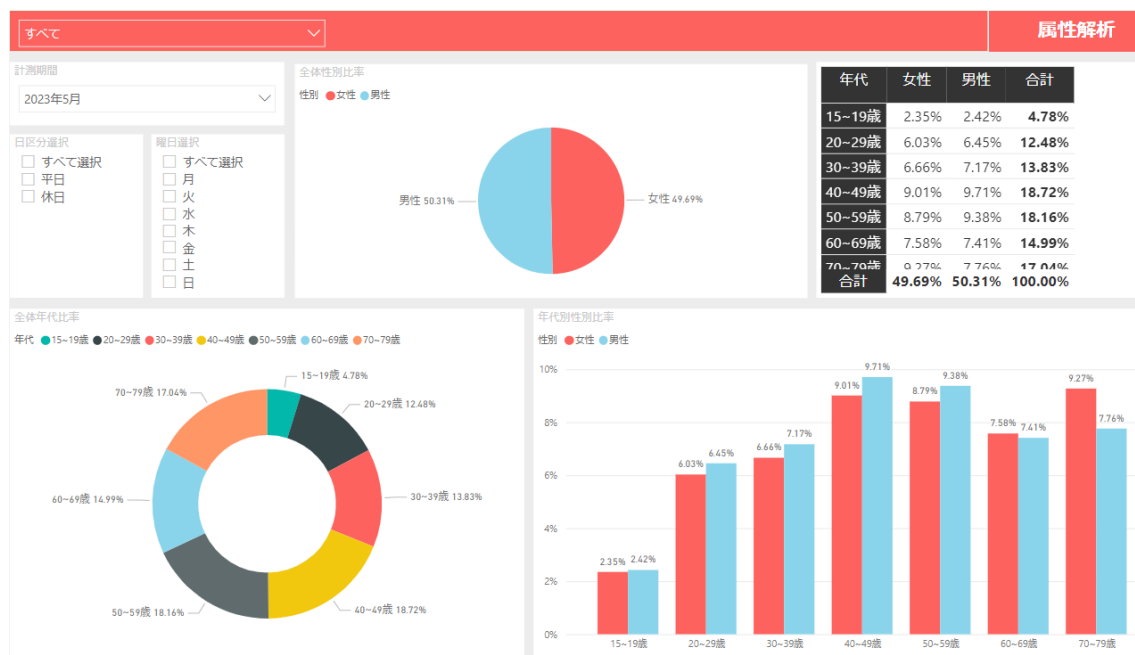
重複率が上昇した各プレイスはどちらも子どもも楽しめる施設となっており、更にNINJA 館での重複率は4%を下回っていることから、小田原駅より少し離れているこどもの森わんぱくランドを先に訪れてから小田原城周辺の観光を実施する流れになっていると考察する。



(参考：カスタマー重複5月)

他の地点では、ミナカ小田原利用者とハルネ小田原の重複率は14%と高い割合を占めている。どちらも駅前に隣接されている商業施設となる。こちらの重複率もミナカ小田原を起点とした際に上記の割合にはなるがハルネ小田原を起点としたミナカとの重複率では、0.1%と低い割合となる。ここから、小田原駅前の施設は帰りに立ち寄る方々が多く帰りがけの近い施設であるミナカ小田原で混雑状況などを鑑みてハルネ小田原など他の商業施設に移動していると考察できる。

5月の居住地分析の大きな割合を見ていくと先月より神奈川県が下がり他県の割合が増加する傾向にあった。埼玉県、静岡県、千葉県、東京都の割合が先月比で1%の上昇から、連休期間によるアクセスのしやすさが表れたと考察する。



(参考：属性解析 5 月分)

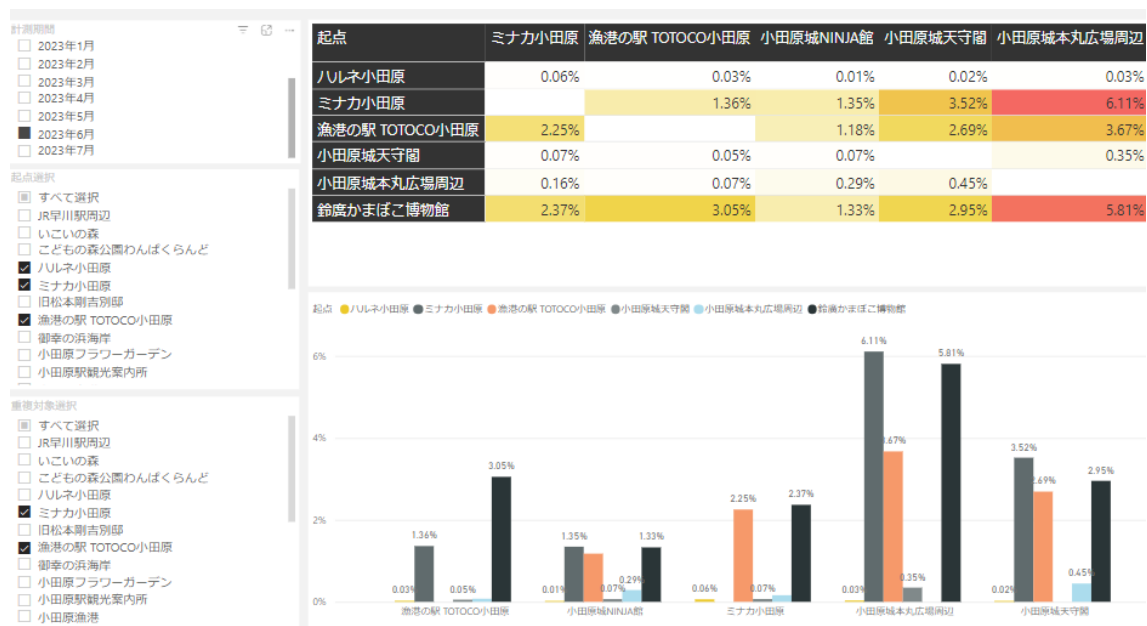
3-4. 6 月の傾向

6 月の傾向では、カスタマー計測では 260,782 人となり、前月比で約 24%の減少となった。4 月 5 月と比較すると、祝日が存在せず一般的な土日のみの休日となる為、休日の少なさから前月からカスタマー数の減少が考えられる。

プレイス毎でのカスタマー数は、小田原城本丸広場周辺で約 5.5 万人、ハルネ小田原で約 4 万人、漁港の駅 TOTOCO で 3.8 万人、小田原城天守閣で 3.6 万人、ミナカ小田原と鈴廣かまぼこ博物館で約 2.4 万人の来訪者が見られた。各拠点のビジターとリピーター比率では、ハルネ小田原でのリピーター率が高く出ており約 49%と推移しており、小田原城本丸広場周辺のリピーター率は 10%を下回っている等、観光に訪れる方々が多く表れていると考えられる。ハルネ小田原と近接施設であるミナカ小田原では、リピーターが 30%の推移となり、ハルネ小田原の方がリピーターが多いことから地域住民の利用が多く、ミナカ小田原の方が観光客の利用者が多いことが考察される。

時間別でみていくと、12 時から 14 時迄で平均 1,000 人を超える、平日ではピーク時間は変わらないが 1,000 人を下回る結果となっており、休日になると 11 時から 15 時までの時間で 1,000 人を超える推移となっており平日と休日とでの訪問者の人数差が表れている。

月内で最もカスタマー数が多かった 6 月 10 日の回遊パターンの傾向では、1 回遊目に最も多かったのは JR 早川駅周辺と小田原駅観光案内所でそれぞれ 26%の割合を占めており、駅が起点となる方が 5 割程いたと想定できる。



(参考：カスタマー重複 6月)

小田原駅観光案内所の2回遊目には、ハルネ小田原やミナカ小田原、二の丸案内所、小田原城天守閣、本丸広場周辺が締めており小田原駅を起点とした観光ルートはミナカ小田原やハルネ小田原を通過するか小田原城へ向かう傾向が高い。

ミナカ小田原やハルネ小田原の次の回遊地点で多かったのが小田原城付近のプレイスであることから、そのようなルートである傾向が高い。

JR 早川駅周辺の回遊先として、漁港の駅 TOTOCO、小田原漁港などが挙げられる。これらの3回遊目の1番割合が高いのが早川駅であるが、小田原漁港の3回遊目に漁港の駅 TOTOCOがあることから漁港に立ち寄り TOTOCO に向かう観光客とそのままだ TOTOCO に向かう観光客がいることが想定される。



(参考：6月10日回遊パターン分析)

3-5. 3か月間の総括

全体を集計すると計測数は平日よりも休日の方が高く、時間帯もお昼ごろからの時間がコアタイムの傾向が高く出て、居住地の分布も広域となる傾向があった。季節的な要因もあり連休期間中は増加する傾向を見せた。コアユーザーはファミリー層から高齢者層に集中しており、県内からの来訪者が多かった。県外からは東海道線沿線からの流入が多く、今後はそれらのコアユーザーに類似する層に対しての流入施策が来訪者増加の鍵となると考えられる。また、周遊はある程度されているように見受けられ、観光案内所からの回遊も多かったため、ここを起点とした情報発信が現時点では有効だと思われる。更に施設によつての傾向も表れており、観光プロモーション等の宣伝や情報発信も効果的であると思われる。

連休などない月であっても来訪数は低下するが時間帯でのコアタイムの人数は大きく差が出ていないことを鑑みると一定して来訪者の確保はできていると思われる。