

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 10 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 7月での主な傾向

3-2 8月での主な傾向

3-3 9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

小田原市のよう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ため、イベントや観光施策がどれほどの効果を生み出し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. 小田原駅前観光案内所
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. 小田原市観光交流センター
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らんど
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。

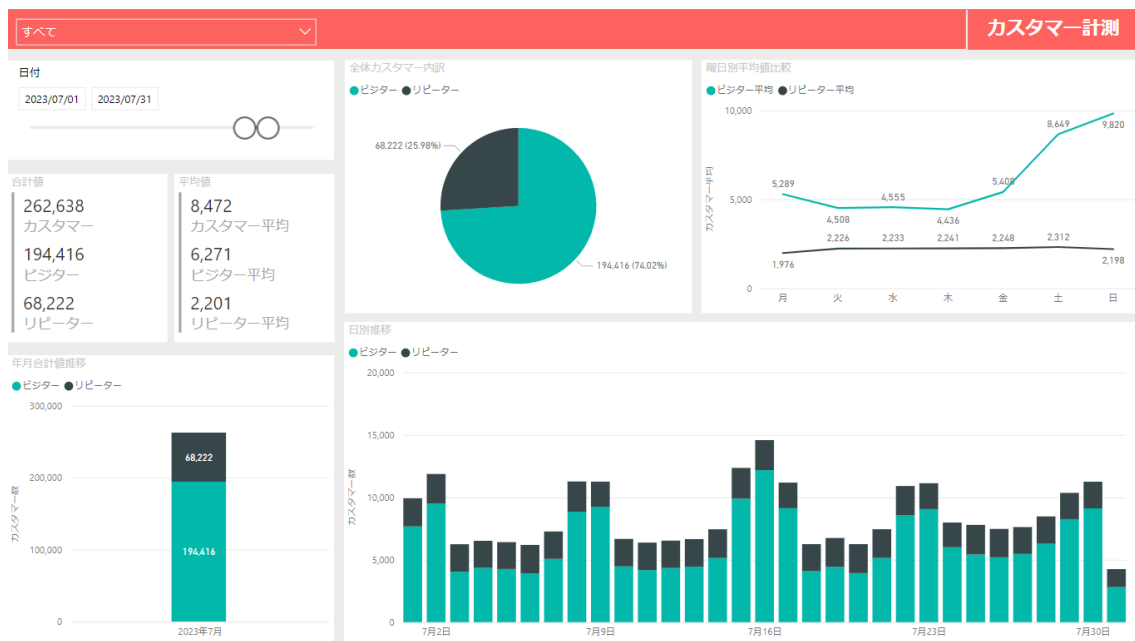
3. 調査報告

3-1 7月の傾向

7月のカスタマー数は総計で 262,638 人となり、ピークは3連休の中日である7月16日で 14,582 人だった。

各設置箇所での比較をしていくと、小田原城本丸広場周辺が 45,722 人であり、9割が初めて来訪者であった。更に、小田原城天守閣において 39,684 人に推移しており、こちらも9割が初めての来訪者であった。次いで多い人数推移になっていたのは、漁港の駅 TOTOCO 小田原で 44,358 人であった。

御幸の浜海岸は、海開き（7月15日）と同時に人数推移も増加しており海水浴などを楽しむ方が増加したと考えられる。



(参考) 7月カスタマー計測

時間帯別のカスタマー数で傾向を見ていくと、10時から14時までのコアタイムは変化が少ないが、平日と休日でのピーク比較では平日の12時が925人に対して、休日の12時が1,577人、13時が1,579人と一気に増加傾向にあり、お昼時がピークであることは共通であると考えられる。

滞在時間分析で傾向を見ていくと、全体平均で15分、平日で13分、休日で17分と休日に滞在時間が伸びる傾向にある。月内のカスタマー数が多い箇所での滞在時間の推移平均を見ていくと、小田原城本丸広場付近の平日で22分、休日で25分であり、漁港の駅TOTOCO小田原では平日休日どちらも33分の推移となった。

平日と休日におけるカスタマー数が多い所で大きな傾向に差が現れなかったが、その要因として7月中旬以降から夏休みに入ったためだと考察する。

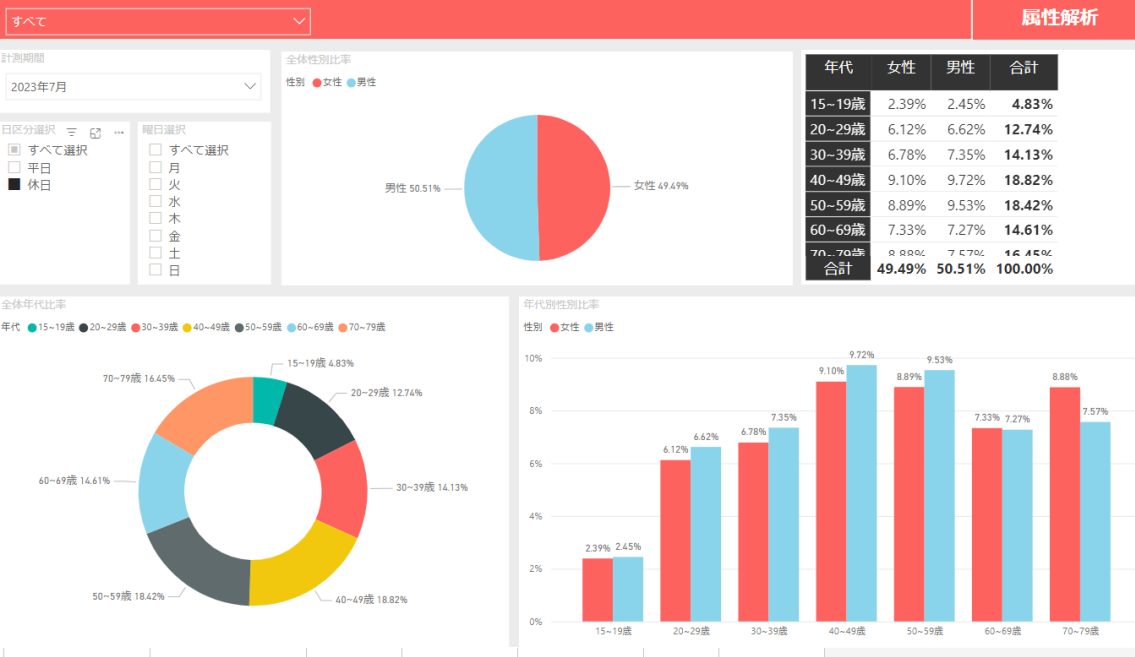
カスタマー重複調査で傾向を見ていくと、小田原城付近のAlbeacon間では高い重複率が表れる。それは、各施設間の近さなどが起因しているため、設置箇所が遠い所を重点的に比較していく。

NINJA館とこどもの森公園わんぱくらんど間で8%と高い重複率が表れており、夏休みに入ったことで親子で子供向けの施設に行く傾向が増えたと考察する。

小田原市内広域での設置箇所同士で見ていくと、TOTOCO小田原と早川駅での重複は11%となり、小田原漁港と早川駅とは約7%の重複がある。しかし、小田原駅観光案内所では1.5%の割合になるので、電車利用より車などの他の交通手段で来訪している可能性が高いと考えられる。

属性で見ていくと、平日休日で傾向に差が出ているのが分かり、平日では40代、50代と70代が高い割合で占めているが、休日になると、70代60代の割合が減少して、20～40代が増

加する傾向にある為休日に若年層の増加があることがわかる。



(参考：7月属性解析)

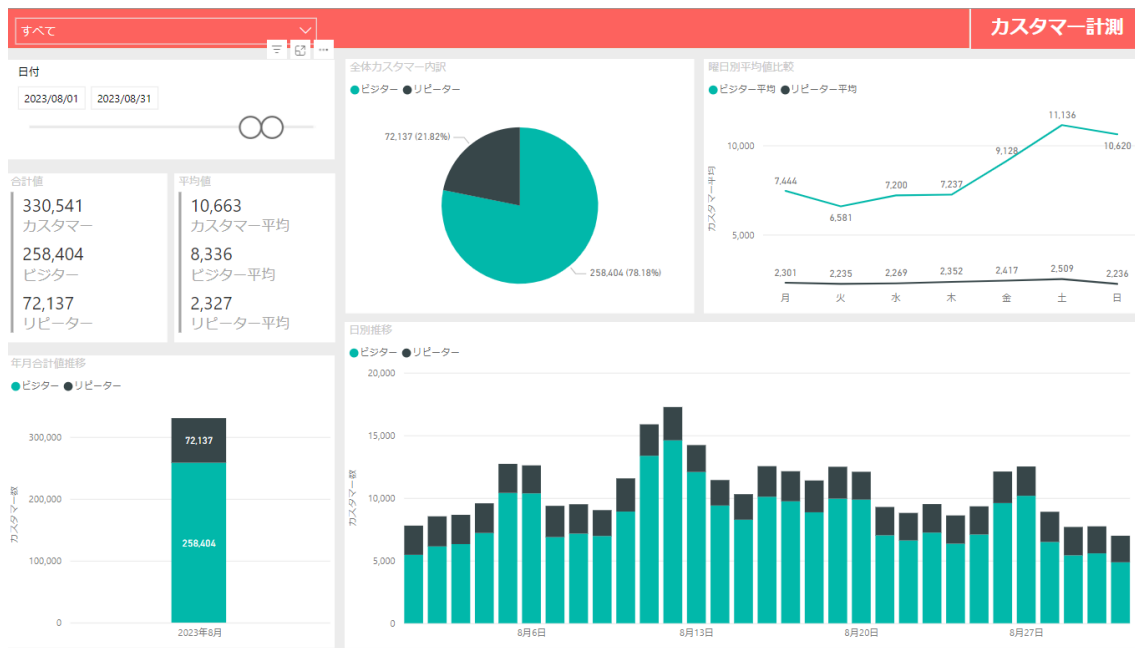
居住地分析での平日と休日比較での傾向は如実に表れた。平日に、60%を占める神奈川県居住者は、休日になると 53%にまで減少する。その減少分は他のエリアの来訪層に振り分けられ、東京都が 4%上昇、埼玉県が 1%上昇、千葉県でも 0.5%上昇となった。逆に、静岡県も神奈川県同様に減少傾向にあったが、その要因としては、距離の近さから平日にもある程度の来訪者の確保に成功しているのではないかと考察できる。年代ではシニア層の来訪が多くを占めている。

3-2 8月の傾向

8月の総来訪者数は、330,541人となり、日にちで見るとお盆休み期間である8月12日が17,258人、8月11日が15,877人、8月13日が14,222人だった。

また、5日と6日両日で12,000人を超えており酒匂川花火大会や小田原漁港で開催されたみなとまつりが要因と考えられる。小田原漁港での最大の検知数は6日であることから、実際に来訪者増加に貢献したと考えられる。

月内で一番検知できた個所が、小田原城の天守閣となり約6万の数を推移していた。他の月は小田原城本丸広場周辺での検知数が多くなる傾向であったが、夏休みによる親子連れの増加で天守閣まで来訪者が増加したと考えられる。



(参考：カスタマー計測 8 月)

時間別人数推移の傾向は、頂点の人数比較に大きく変化が表れた。休日のピークは 12 時に 1799 人と 13 時に 1768 人と 14%の上昇傾向になった。

平日では、12 時に 1472 人と 13 時に 1439 人と約 60%の上昇となり、夏休みに入り昼間の人数上昇が顕著に表れている。

滞在時間の傾向を見ていくと、平日に 15 分と休日に 18 分半で推移しており、7 月との比較ではどちらも上昇傾向にあった。5 分以上の滞在時間の割合が全て上昇していることから、来訪者の滞在時間が増加傾向にあることが推察できる。

カスタマー重複調査の傾向を見ていくと、来訪手段の違いが見えてくる。

TOTOCO 小田原について、小田原漁港との重複率は 11%、早川駅とは 16%と比較的高い数字となる。小田原駅観光案内所とは 2%の重複となっていることから、電車ユーザーより車での来訪層が多いことが示唆される。この裏付けとして、鈴鹿かまぼこ博物館とは 6%、8%の割合となっており、TOTOCO 小田原の来訪者は電車以外の交通手段が多く、行動範囲が広い傾向にあると考えられる。

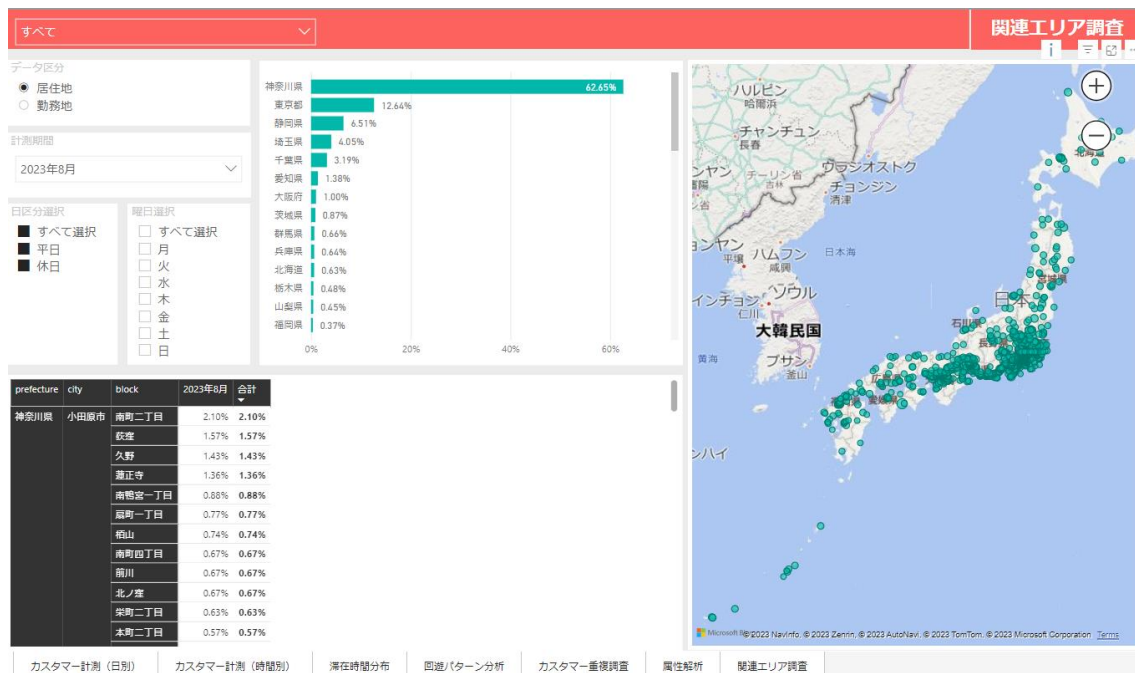
TOTOCO 小田原とミナカ小田原の重複率が 3%、ミナカ小田原と小田原駅前観光案内所の重複率が 4%であることから、電車以外の交通手段ユーザーが多い可能性が明確になる。しかし、小田原駅観光案内所とハルネ小田原との重複率が 16%と高いことから、駅からの来訪者も存在しているが、夏休みのため車での来訪者が多かったのではないかと考えられる。

属性解析の傾向を見ていくと、カスタマー数と同様に夏休みのためか、平日と休日の差があまり出ない結果となった。

しかし、休日になると 30 代までの割合が増えてそれ以上の年齢層が減ることから、8 月の平日に家族旅行等で来訪する層が一定数存在したことが示唆される。

居住地分析では、平日と休日で大きな差が表れた。平日における来訪層割合はそれぞれ、神奈川県 65% 東京 11% 静岡 7% 埼玉 4% 千葉 3% 愛知 1% となっていたが、休日は神奈川が 7% 減少、静岡が 1% 減少となり。東京が 4%、その他 1% の上昇傾向になった。

休日に他のエリアからの来訪割合が増加する傾向は、観光地としての魅力があることを示していると考えられる。また関東エリアからの来訪者が多く、より遠方や東海新幹線沿いが増えた。大阪も上昇したことを踏まえると新幹線利用者の居住地が遠方となり、近隣エリアの居住者は電車以外の公共交通機関での来訪も考えられる。



(参考：関連エリア 8 月)

3-4. 9 月の傾向

9 月のカスタマー総数を見ると 293,691 人となり、8 月より減少傾向にある。夏休みが終わったことなどが考えられる。

しかし、人数推移として休日は 1 万人を超える検知数となり、敬老の日である 18 日を含めた 3 連休に最も人数が増えた。

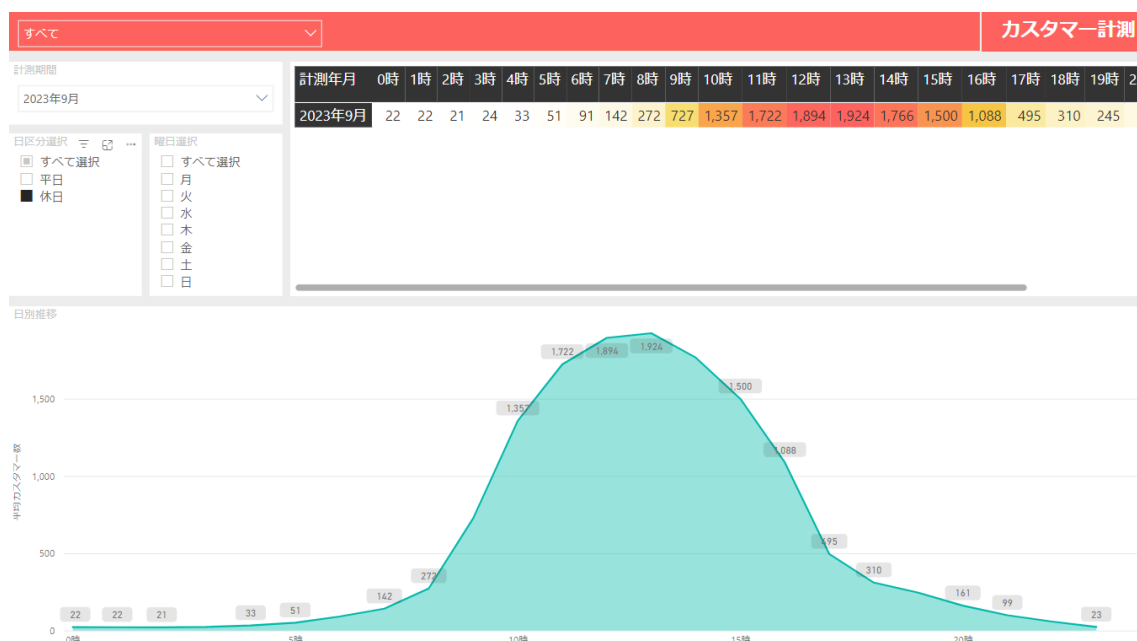
実際に、16 日 1.5 万人、17 日 1.96 万人、18 日 1.46 万人と月内で上から 3 番目までが連休に連なっている。また、天守閣の検知数は 4.3 万人、本丸広場は 5.7 万人となり、昨日と比較をすると本丸広場の人数に大きな変化はなく、天守閣の人数が減少していることから、来訪客層の変化があったと考えられる。

小田原漁港にて「港の夜市大作戦」が開催された 9 日は、AI Beacon での検知が約 2,000 人となった。この数字は小田原漁港での月内で最も多い数字であり、イベントの効果が出ている。

時間帯別カスタマー計測の傾向を追っていくと、平日は、12 時に 1,000 人を超えるピークの山ができていたが推移グラフの山が鋭角となった。ピーク帯人数推移の維持は難しく、

8 月における長期休みが終わり、通常のスケジュールに戻ったことが考えられる。

休日のピークは、11 時で 1722 人、12 時で 1894 人、13 時で 1924 人、14 時で 1766 人、15 時で 1500 人とピーク帯が長く推移グラフもドーム型の人数推移となった。平日ではなく、来訪者は休日に集中していることが顕著に表れる事となった。



(参考：時間帯別カスタマー計測 9 月)

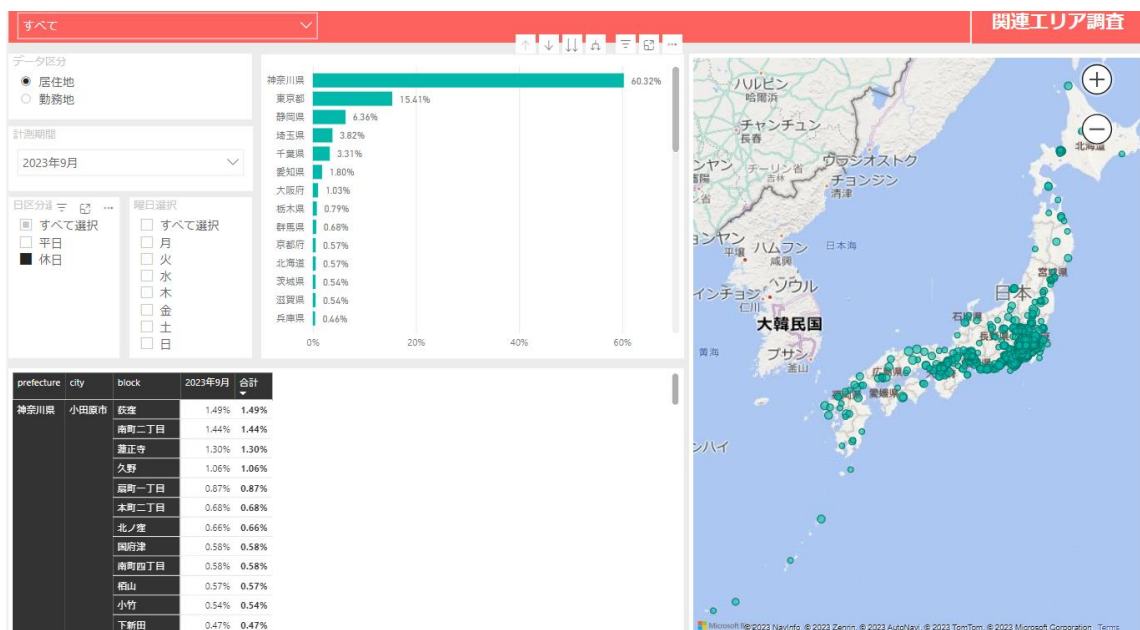
滞在時間分布の傾向は、平日 14 分半と休日 19 分 20 秒で推移している。休日が先月より増えたのは、休日の来訪者数の変化があったからと考察する。平日では、5 分までの滞在者が 51%存在していたが、休日では 41%まで減少して滞在時間が伸びている。ここに地元住民と観光客の違いが表れていると考える。

カスタマー計測におけるリピーター率が高いミナカ小田原では、地元の利用傾向が高い事が考察できる。ミナカ小田原の滞在時間は、平日 37 分、休日で 38 分とどちらも高い滞在時間なのは、施設内に図書館や銀行、オフィスや飲食店があることから地元住民の利用率が高いことも想定される。

カスタマー重複調査の傾向では、TOTOCO 小田原や小田原漁港を起点とした際の早川駅の割合が 12%となる。また、早川駅と小田原 NINJA 館で 12%の重複があることから、電車移動での観光周遊が予測される。小田原駅観光案内所と 1.5%と 2%の重複は昨日比較で増加現象にあり、電車での周遊を裏付けると考えられる。

居住地分析では、7・8 月よりも平日と休日での神奈川県割合の減少率が少なくなっており、平日が 66%で推移しているのに対して、休日が 60%となった。

長期連休の存在が、遠方ユーザーの足を運ばせていた可能性もあるが、一定の広域ユーザーは連休時を狙っての来訪が考えられる。



(参考：関連エリア調査 9 月)

3-5. 3 か月間の総括

7 月から 9 月までの 3 カ月では、大型連休の前中後が含まれた期間となり、大きな傾向や違いが現れた。

特に、小田原城天守閣の来訪者数の変化は顕著であったと考えられる。

また、車での来訪層と新幹線での来訪層の行動パターンは大きく異なるが、TOTO CO 小田原や小田原城を一目見ようと本丸広場周辺に訪れる来訪者数は多く存在していた。

期間内でのイベントにおける効果もしっかりと表れていたため、イベント認知や訴求は効果があったと考えられる。

小田原市全体での、時間別のピーク帯は平日の昼 12 時台であり、休日は比較的長くなる傾向で 11 時から 14 時となる。混雑の可能性が高くなりやすい時間の運営などに参考にしていきたい。