報道関係各位

News Release

2017 年　7 月 5 日
KDDI 株式会社
株式会社コロプラ
株式会社 ワイヤ・アンド・ワイヤレス

KDDI、コロプラ、ワイヤ・アンド・ワイヤレス、「Location Trends」に「インバウンド動態調査レポート」のセット提供を開始

～ 国内最大規模の訪日外国人 Wi-Fi 接続および GPS のビッグデータを活用 ～

KDDI 株式会社（代表取締役社長：田中孝司、本社：東京都千代田区、以下「KDDI」）、株式会社コロプラ（代表取締役社長：馬場功淳、本社：東京都渋谷区、以下「コロプラ」）、株式会社ワイヤ・アンド・ワイヤレス（代表取締役社長：大塚浩司、本社：東京都中央区、以下「Wi2」)は、主に自治体および観光関連企業への誘客、滞在・宿泊、周遊等の課題発見および施策提案を目的として、「Location Trends」※ 1 に「インバウンド動態調査レポート」※ 2 のセット提供を開始します。

KDDI とコロプラは、au スマートフォンユーザーの位置情報ビッグデータを活用した「Location Trends」を 2013 年 10 月より提供しており、これまでに 60 以上の自治体や観光関連企業に採用されています。

今回新たに、Wi2 とコロプラは、Wi2 が「TRAVEL JAPAN Wi-Fi」※3 で保有する国内最大規模の訪日外国人の Wi-Fi 接続および GPS の位置情報ビッグデータを活用し、「インバウンド動態調査レポート」を作成します。また、コロプラは、「Location Trends」と「インバウンド動態調査レポート」をセットにして、コロプラおよび販売パートナーを通じ、2017 年 7 月 6 日より提供を開始します。

これにより、自治体および観光関連企業は、日本人観光客とインバウンド観光客の動態をワンストップで把握でき、観光振興施策の立案や効果分析をより効率的に実施することが可能となります。各社は、今後も位置情報ビッグデータの利活用を通じ、観光振興に加え、交通環境整備、防災対策などを幅広くサポートしていきます。

※1「Location Trends」は、KDDI が au スマートフォンユーザーから同意の上取得し、誰の情報であるかわからない形式へ加工した位置情報および属性情報（性別・年齢層）等のデータを用いて、コロプラへ分析を委託し作成した「位置情報ビッグデータ分析レポート」サービスの総称を指します。性年代属性付きで移動軌跡が追える国内最大規模のビッグデータパネルであることに加えて、分析エリアは 100m 四方単位から分析可能で、かつ数分間隔で移動ログを蓄積しており、独自ロジックにより識別した正確なユーザー行動を抽出することができる動態調査サービスです。観光分野においては、観光スポット単位の来訪者特徴、宿泊転換、滞在時間、周遊状況などが把握できます。「Location Trends」の詳細はこちらをご覧ください。
http://www.location-trends.com/

※ 2「インバウンド動態調査レポート」は、Wi2 が「TRAVEL JAPAN Wi-Fi」ユーザーから同意の上取得し、誰の情報であるかわからない形式へ加工した位置情報および国籍情報等のデータを用いて、コロプラへ分析を委託し作成したレポートです。

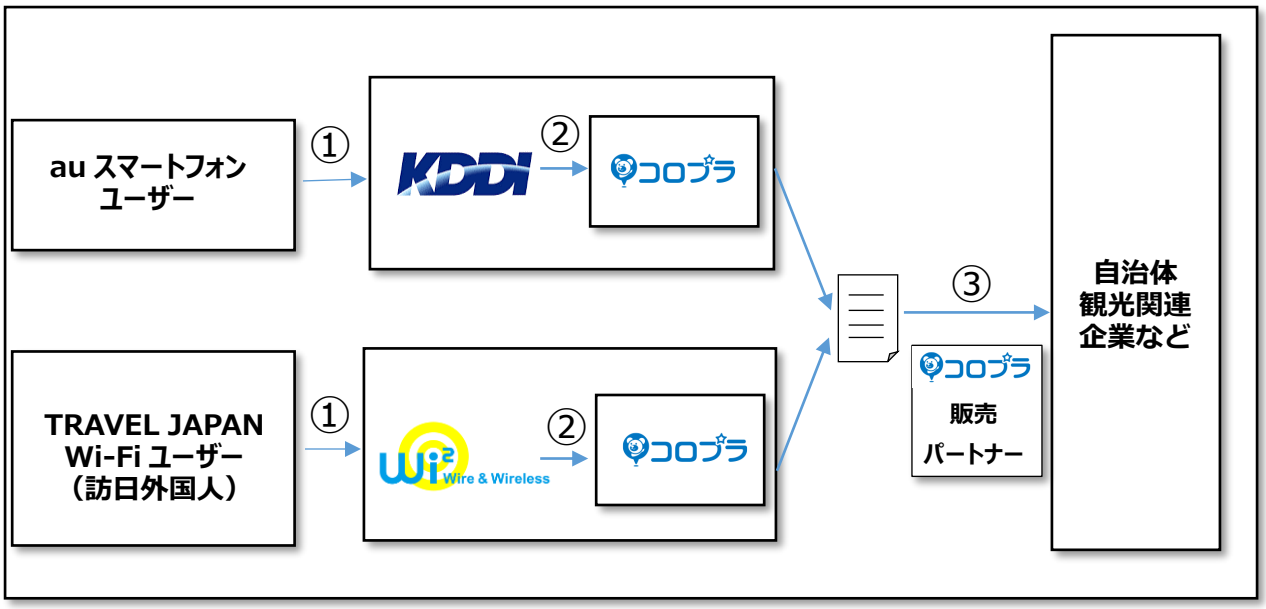
※3「TRAVEL JAPAN Wi-Fi」は、Wi2 が提供する全国最大 20 万か所以上の Wi-Fi スポットへの無償自動接続機能と、観光情報や施設情報等の配信機能により、訪日外国人の国内観光旅行を支援するスマートフォン用アプリで、累計 200 万*以上のご利用実績があり、訪日外国人に特化したアプリでは国内最大規模の Wi-Fi 接続および GPS の位置情報ビッグデータを保有しています。
*アプリのダウンロード実績ベース

＜別紙＞

レポートの概要

1．位置情報ビッグデータ利活用フロー概略

本取組みにおける位置情報データの利活用フローは、以下の通りです。



① KDDI および Wi2 は、位置情報データの利用、ならびに位置情報データを個人が特定されない形式に加工した上で第三者に提供することに同意をいただいた au スマートフォンユーザーまたは、TRAVEL JAPAN Wi-Fi ユーザーの情報を取得します。

② KDDI および Wi2 は、位置情報データを用いた特定地域の観光動態調査・分析および調査レポートの作成をコロプラに委託しています。コロプラに委託するにあたっては、事前に、分析に必要な位置情報データのみを抽出し、個人が特定されない形式に加工（位置情報とユーザーの紐づけキーのハッシュ化、位置情報の時間的空間的メッシュ化など）します。
なお、各社間の契約において、位置情報データの委託業務以外への利用および第三者への開示、ならびに方法の如何を問わず、au スマートフォンユーザーまたは TRAVEL JAPAN Wi-Fi ユーザーの特定を行わないよう、コロプラに義務付けています。

③ 本レポートは、KDDI（Location Trends）および Wi2（インバウンド動態調査レポート）が提供元となり、コロプラまたは以下の販売パートナー等を通じて、自治体、観光関連企業などへ提供されます。
近畿日本ツーリスト株式会社（代表取締役社長：田ヶ原聡、本社：東京都千代田区）
株式会社 JTB コミュニケーションデザイン（代表取締役社長：細野顕宏、本社：東京都港区）
公益社団法人 日本観光振興協会（会長：山口範雄、本社：東京都港区）
株式会社日本旅行（代表取締役社長 兼 執行役員：堀坂明弘、本社：東京都中央区）
株式会社ホープ（代表取締役社長：時津孝康、本社：福岡県福岡市）
楽天株式会社（代表取締役会長兼社長：三木谷浩史、本社：東京都世田谷区）
（以上、５０音順）

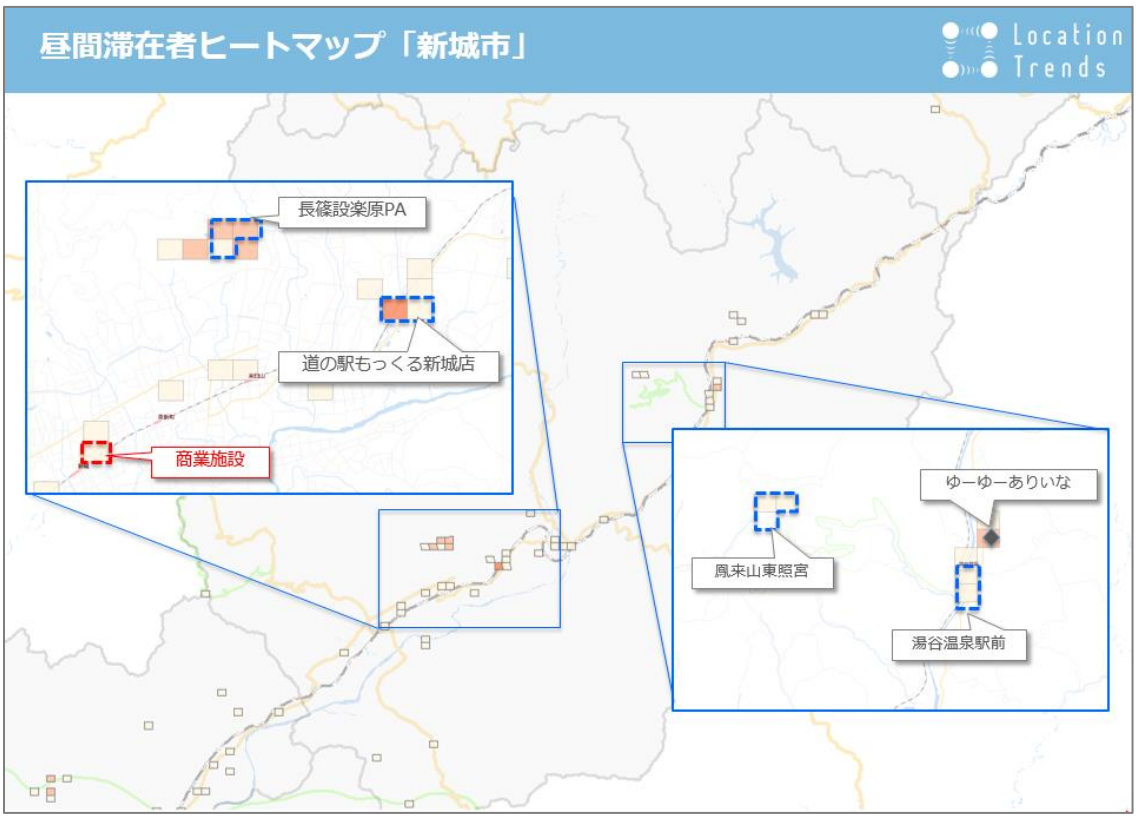
2．両レポートの分析項目

分析項目	分析内容	分析結果を活かした施策案
①来訪者分析	✓ 発地地域別・都道府県別や属性別※に来訪者数を算出し、どこからどんな人がどれくらい来訪したかを分析	✓ 来訪者の多い発地地域や属性別※にターゲットを絞った誘客施策の実施
②旅程分析	✓ 日帰り・宿泊（域内宿泊・域外宿泊）別の来訪者数を算出し、どのような旅程で来訪したかを分析	✓ 日帰り、宿泊、域内宿泊のそれぞれの来訪者に対する施策の優先順位づけを実施
③立寄り分析	✓ 市区町村ごとの立寄り者数を算出し、来訪者がどこに経由・滞在したかを分析	✓ 経由・滞在の多い市区町村における誘客施策や広域連携等の推進
④宿泊地分析	✓ 市区町村ごとの宿泊人泊数を算出し、どこに宿泊したかを分析	✓ どこに宿泊している来訪者をどの地域への宿泊を促せば、域内泊数が増加するかを特定
⑤交通手段分析	✓ 主要流入交通手段（幹線道路、鉄道、空港等）別の来訪者数を算出して、どのような手段で来訪したかを分析	✓ 渋滞緩和や二次交通の充実などの交通環境整備や誘客施策検討に活用
⑥流入出分析	✓ 観光スポット毎の来訪者の時間帯別流入出者数を算出して、いつどのくらいの人が観光エリア内に滞在したかを分析	✓ 流入時間を早めるための、または流出時間をのばすためのイベント開催などの具体的な施策の実施
⑦周遊分析	✓ 人気周遊ルートランキングを算出し、どんな人がどのように観光スポット間を周遊したかを分析	✓ 観光スポット間の人気周遊ルートを特定し、さらに周遊を促進しうる商品（周遊きっぷなど）の開発

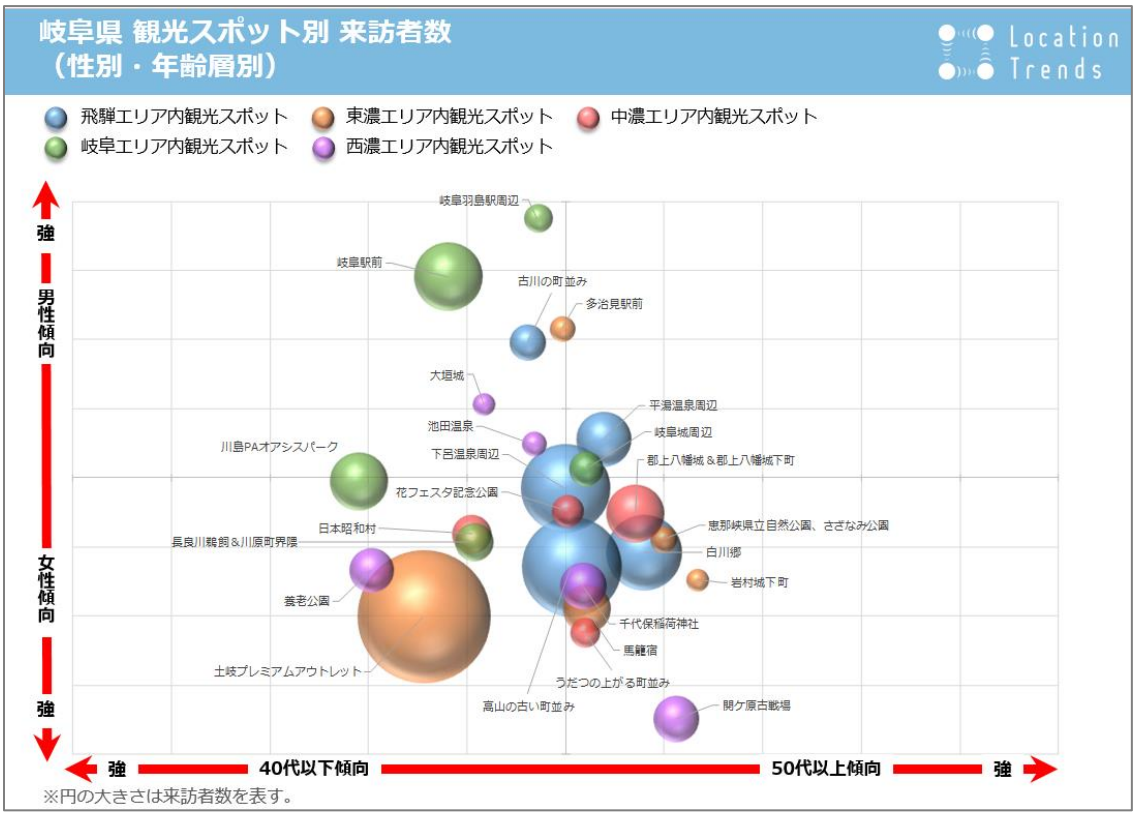
※属性別…日本人は性年齢層別、訪日外国人は国籍別となります。

3．両レポートのアウトプット例

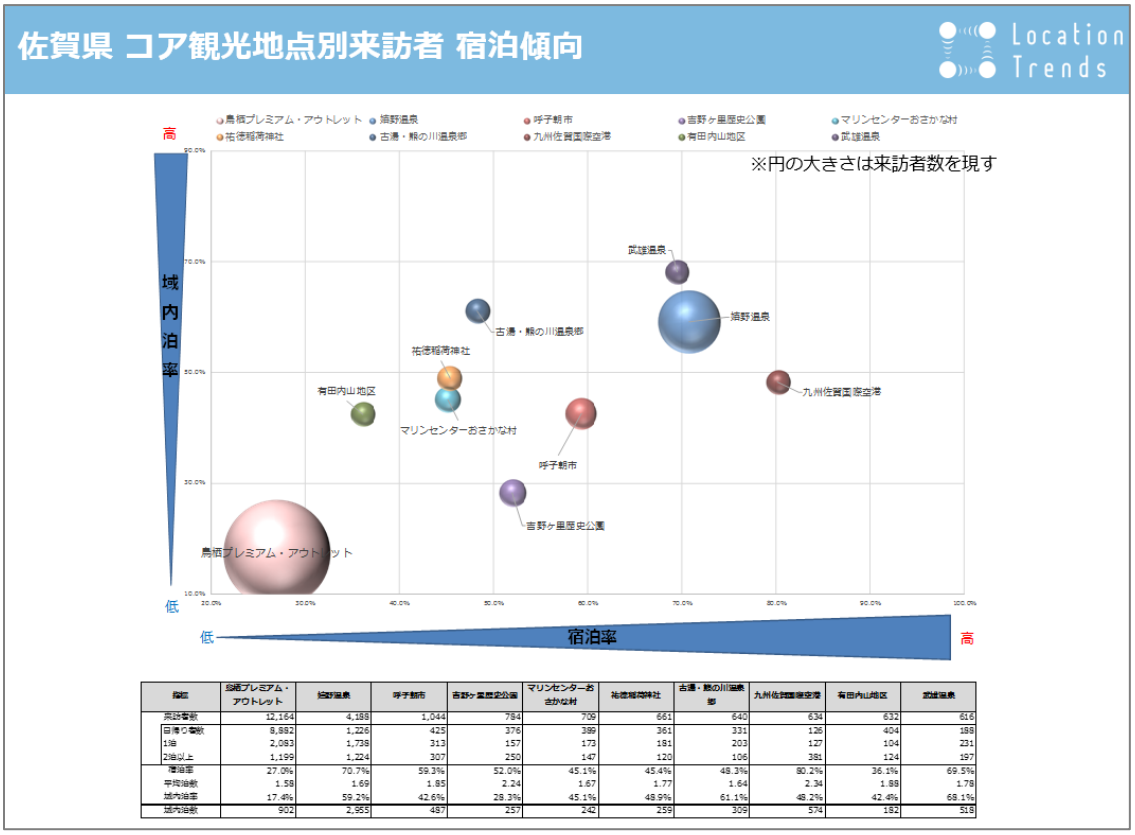
①位置情報ビッグデータをもとにした潜在観光スポットの洗い出し地図（提供：愛知県東三河総局）



② 観光スポットの属性相関図（提供：岐阜県）

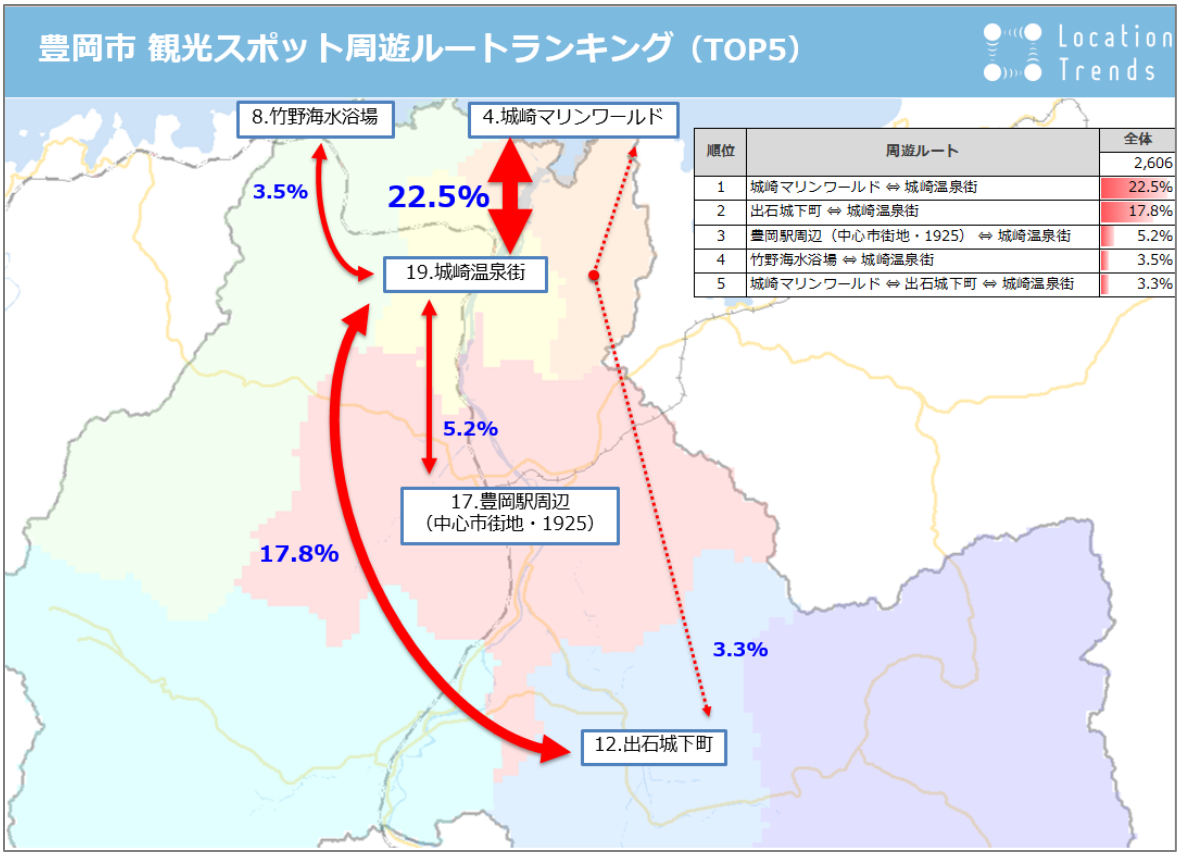


③ 観光スポットの来訪者宿泊転換図（提供：佐賀県）



指標	鳥栖プレミアム・アウトレット	嬉野温泉	呼子朝市	吉野ヶ里歴史公園	マリンセンターおさかな村	祐徳稲荷神社	古湯・熊の川温泉郷	九州佐賀国際空港	有田内山地区	武雄温泉
来訪者数	12,164	4,188	1,044	784	709	661	640	634	632	616
宿泊者数	8,882	1,226	425	376	389	361	331	126	404	188
1泊	2,083	1,738	313	157	173	191	203	127	104	231
2泊以上	1,199	1,224	307	250	147	120	106	381	124	197
宿泊率	27.0%	70.7%	59.3%	52.0%	45.1%	45.4%	48.3%	80.2%	36.1%	69.5%
平均泊数	1.58	1.69	1.85	2.24	1.67	1.77	1.64	2.34	1.88	1.78
域内泊率	17.4%	59.2%	42.6%	28.3%	45.1%	48.9%	61.1%	48.2%	42.4%	68.1%
域内泊数	902	2,955	487	257	242	259	309	574	182	518

④　抽出された観光スポットの人気周遊ルートランキング（提供：兵庫県豊岡市）



４．導入自治体からのコメント

▼兵庫県豊岡市 大交流課 谷口課長

これまでの「勘と経験」に頼った現状把握では限界を感じ、KDDI のビッグデータソリューションを導入しました。精緻な GPS データで施設単位の分析ができるので、例えば、城下町出石と、その中にある市指定文化財の劇場芝居小屋「永楽館」では来訪者特徴や行動が異なることまで分かります。また、コロプラさんは実際に何度も現場に赴き、密に地域課題を共有しながら取り組んでくれるので、より使えるアウトプットが出てくるのが素晴らしいです。まだまだチャレンジの途中ですが、客観データを活用して地域全体を巻き込みながら、豊岡市全体を更に盛り上げていきたいです。

▼佐賀県文化スポーツ･交流局観光課 瀬戸副課長

佐賀県「観光の担い手」育成事業（いわゆる DMO 支援）の一環として、KDDI のビッグデータを活用した観光客の動態調査を実施しました。DMO の重要な要素の一つにマーケティングがありますが、マーケティング以前に、そもそも地域の現況を把握できる基礎的なデータすらない、という長年の課題がありました。今回、まずは県内全 20 市町（153 観光スポット）の分

析を行い、また、分析結果を市町の担当者に説明する機会を設けたことで、客観的データに基づいた分析の重要性を共有できたものと考えており、今後、県内各地域において、観光客ニーズを的確にとらえた観光地域づくりが進むことを期待しています。

▼沖縄県石垣市 企画制作課 成底さま

ビッグデータを活用した観光動向等の調査は初めてでしたが、これまで正確な把握が困難だった市内周遊や八重山圏域の離島周遊の状況がはっきりと見える化され、市内観光スポットの磨き上げや二次交通など様々な課題が浮き彫りになりました。また訪日外国人についてもクルーズ船や LCC の乗り入れなどの交通事情により国籍別の観光動態において明らかな違いが見えるなど、参考となる多くの示唆が見つかりました。今回の調査結果を踏まえ、本市の観光戦略のみならず、防災対策への活用も検討しております。

▼公益財団法人 さんりく基金 DMO 事業部　滝澤　さま

三陸地域における来訪者の動態を明らかにするため、コロプラさんと連携し、携帯電話の位置情報ビッグデータを活用した観光動態調査を実施しました。これまで県内数カ所における聞き取り調査などは実施していましたが、地元住民や観光目的以外の来訪者が調査サンプルに含まれるなど、調査の精度の向上が課題でした。KDDI さんのデータはこれらの要素を除外できるほか、コロプラさんは多くの自治体の観光調査経験をお持ちで、安心してお任せすることができました。今後、本結果を活用し、三陸地域における観光まちづくりを促進していく予定です。