
「メタ観光マップ」を活用したにぎわい・回遊性の創出プロジェクト

キックオフイベント 報告

みずほ銀行・unerry・メタ観光推進機構

■ 本プロジェクトの取り組み

- プロジェクトの概要
- プロジェクト背景・意義
- 実施体制
- プロジェクト概観

■ データ分析・設計

■ プロジェクト実施

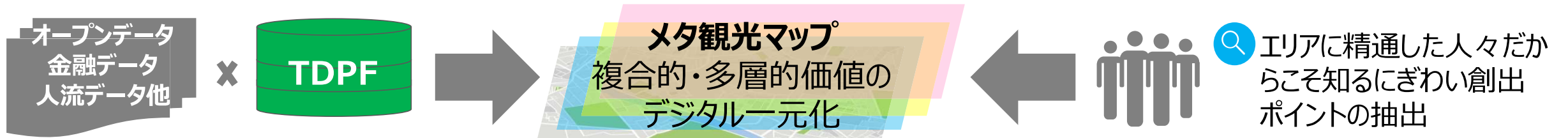
■ 分析・効果検証

■ TDPFを通じた本ケーススタディ事業の発展

プロジェクトの概要

- ◆ 臨海副都心エリアを舞台に「オープンデータ×金融データ×人流データ」を活用した“メタ観光マップ”の作成や、“広告・分析”を通じた「にぎわい創出」・「回遊性向上」を実現

“メタ観光マップ”の作成



“メタ観光マップ”を起点とした「にぎわい創出」・「回遊性向上」に向けたプロジェクト

【メタ観光マップレイヤーの作成】
地域の新たな魅力の発掘・再定義

【ターゲティング広告の高度化】
人流の回遊、分散化の促進

【効果検証、改善・発展】
自走に向けた改善・実行の推進

住むひと

働く・学ぶひと

訪れるひと

プロジェクト背景・意義

背景

- ◆ エリアの歴史が浅く、象徴的な観光スポットが少ない
- ◆ 臨海副都心エリアは、「スマート東京実施戦略(東京版Society5.0)」の先行実施エリアに位置付けられているものの回遊性等に課題あり

意義

- ◆ 「人流データ」と「金融データ」の掛け合わせにより、これまでには無い**新しい価値**（解像度の向上）を創出
- ◆ 既にエリアに存在する**魅力の再発見**、一つの場所に存在する**多様な価値の可視化**によって、観光コンテンツの見方を変える

実施体制



近隣住民の みなさま

- ワークショップ、シンポジウム等の参加

武蔵野大学

- ワークショップ、シンポジウム等の協力・参加

東京臨海副都心 まちづくり協議会

- ワークショップ、シンポジウム等の協力・参加
- 広報、プロモーション連携

臨海 ホールディングス

- 広報、プロモーション連携

プロジェクト概観

1. データ分析・仮説設計

- データ分析、メタ観光マップ基盤構築、地元住民・団体等との連携

分析・仮説構築

- 各種データを活用した分析（人流・金融データ分析、課題抽出）
- 仮説シナリオの構築
- メタ観光マップ作成に必要なデータリサーチ、収集

データ構築

- メタ観光マップ基盤の構築、準備
- メタ観光マップ作成、準備
- ターゲット属性の整理

地元連携

- 地元住民、関連団体等への協力説明

2. プロジェクト実施

- メタ観光マップ作成のワークショップ開催・公開、プロモーションの実施

メタ観光マップ作成・公開

- 行政・民間のオープンデータ等を活用してメタ観光マップの作成
- 地元住民等とワークショップ開催・メタ観光マップの紹介・説明・地元精通する方の意見を踏まえたメタ観光マップ作成
- メタ観光マップの公開

プロモーション

- プロモーションに向けたターゲティング・属性の再分析
- 各種広報施策の実施
シンポジウム、ガイドツアー、各団体との連携。HP、SNS、QRコード掲載配布

3. 分析・効果検証

- 効果測定・モニタリング、改善検討、事業取りまとめ

効果検証・調査

- メタ観光マップ公開後の人流・属性データ等の分析・検証（効果測定）
- 各種アンケート、ヒアリング調査の実施、分析

改善・方針検討

- 効果検証等を通じた改善点の分析、取りまとめ
- 今後の展開、運用に向けた方針策の検討

金融データ ※1

(みずほ銀行)



人流データ ※2

(unerry)



オープンデータ

(行政・民間)

年収統計

ATM
入出金

消費・
口座振替

人流

行政データ



民間データ

(例)

- ・国勢調査人口等基本統計
- ・東京都・江東区・品川区・江東区観光情報

(例)

- ・東京お台場.net
- ・東京2020オリ・パラ関連情報

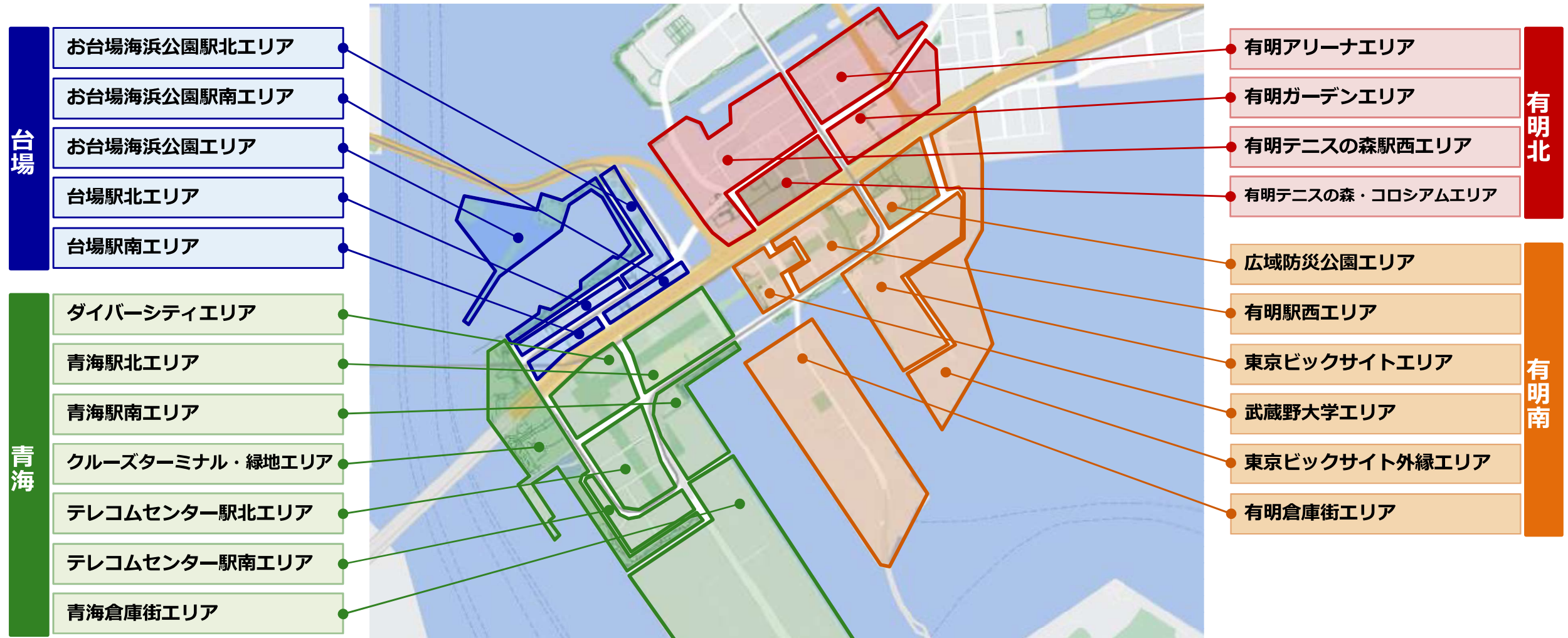
※1 Miizuho insight portal (Mi-Pot) に集約される下記データ等を活用
・年収統計：エリアごとの年間収入（手取り）を国勢調査の人口比で統計化
・ATM入出金：全国に設置するATMの入出金明細
・消費・口座振替（統計化）：クレジットカード（MMC*）情報

*MMC：みずほ銀行が提供するみずほマイレージクラブカード

※2 対象エリアにおける4ヶ月分（2023/4月-6月および11月）の人流データを活用
・約1.5億DLのスマホアプリに位置情報取得モジュールを提供

◆ 台場、青海、有明北、有明南を対象に20エリアに細分化

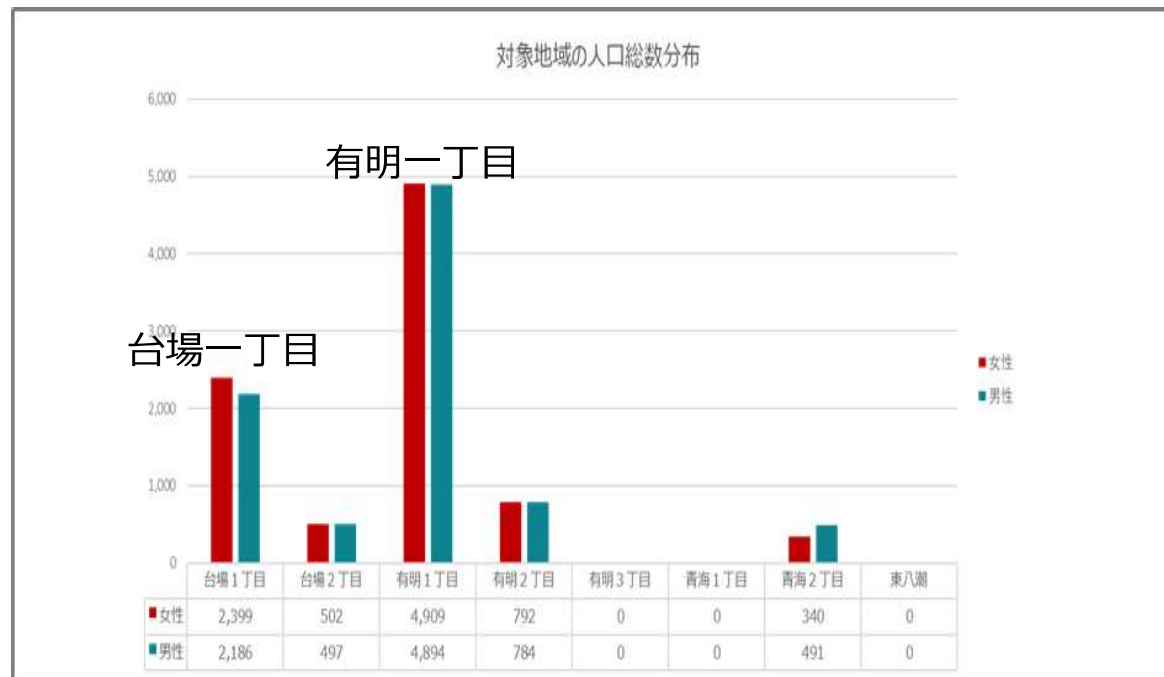
◆ 各エリアにおいて人流・金融データによる行動・年収・口座入出金・消費傾向を分析



オープンデータから見える臨海副都心エリアの現状

- ◆ 港湾局で開示するデータや、国勢調査データを活用し「住むひと・働く（学ぶ）ひと・訪れるひと」の特徴を把握
- ◆ 「住むひと」は有明・台場エリアが中心で、都内平均比子育て世代割合が高い傾向

有明一丁目、台場一丁目の居住が大多数



都平均対比、子育て世代割合:高、高齢者割合:低

	台場一丁目		台場二丁目		有明一丁目		有明二丁目		青海二丁目		東京都	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
0~4歳	115	129	22	13	427	388	82	101	18	19	266,375	254,687
5~9歳	141	131	27	22	453	417	64	44	2	5	271,910	259,914
10~14歳	119	107	26	27	279	267	18	19		1	263,549	250,405
15~19歳	114	114	20	23	108	110	16	13		1	276,129	267,947
20~24歳	93	101	16	13	109	160	18	21	99	42	396,919	401,904
25~29歳	77	109	9	17	186	245	32	49	178	145	455,638	456,307
30~34歳	89	144	13	29	296	409	117	154	120	74	462,045	455,395
35~39歳	146	170	20	24	557	689	153	130	52	33	497,623	480,189
40~44歳	184	199	26	52	708	651	98	87	10	6	526,550	510,424
45~49歳	227	256	69	74	671	628	61	53	2	3	581,577	573,434
50~54歳	257	275	76	59	443	332	39	46	3	3	530,006	510,274
55~59歳	219	199	65	52	258	221	36	27	1	1	447,995	423,690
60~64歳	120	105	34	24	141	131	26	19	1	1	349,242	340,905
65~69歳	69	87	11	19	92	103	11	6		1	334,802	343,461
70~74歳	88	83	21	15	94	74	4	9	1		370,863	413,356
75~79歳	36	58	6	5	36	41	5	6			275,795	354,349
80~84歳	23	48	5	5	22	21	1	3			194,920	290,035
85~89歳	18	24	1	1	7	14	2	4			118,078	215,179
90~94歳	5	17	2	2	2	7					42,551	108,420
95~99歳		3			1						8,020	31,484
100歳以上											842	5,667

臨海副都心エリア

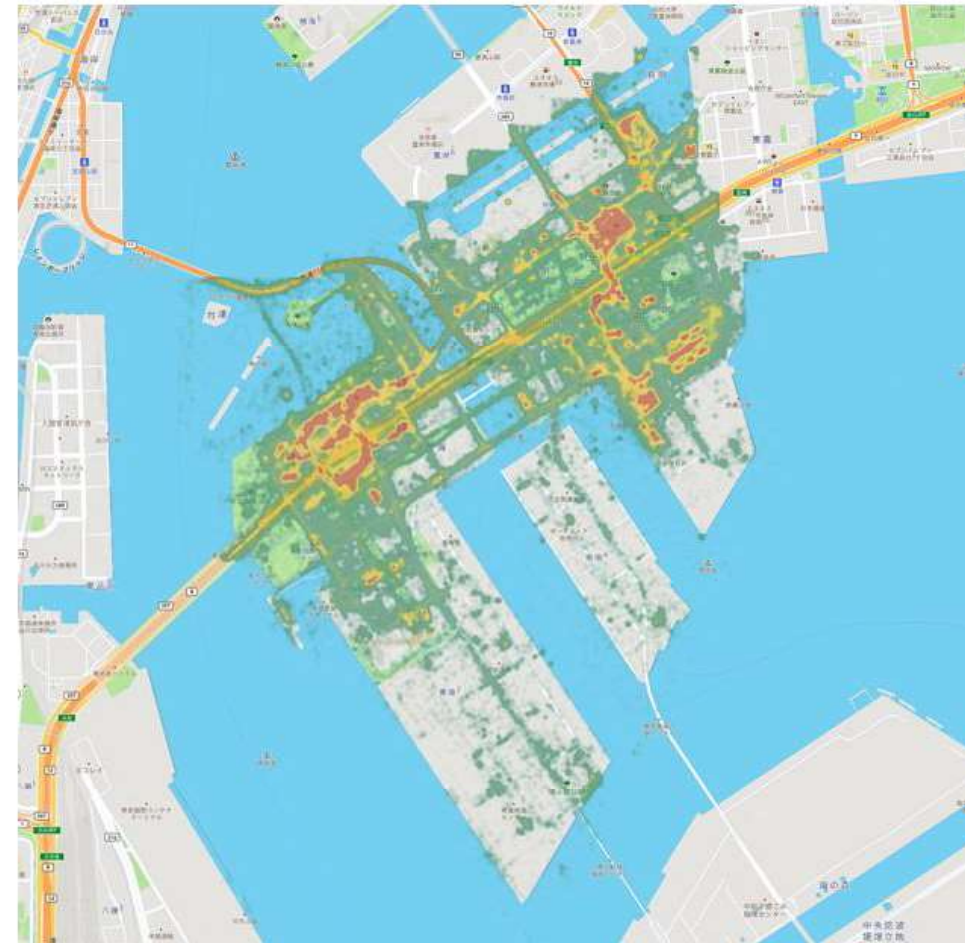
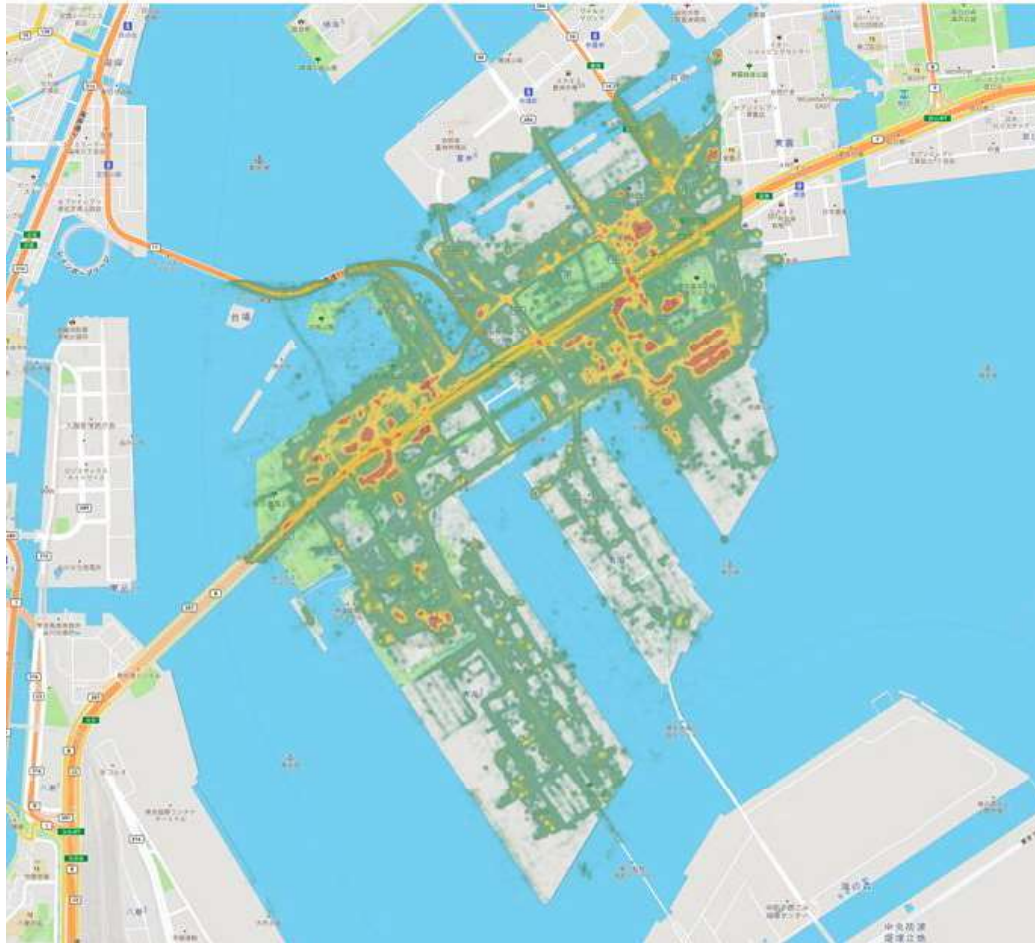
都内平均

- ◆ ヒートマップから人流を捉えると、平日・休日ともに**一部の施設への滞在が集中している状況**
- ◆ エリア内における**回遊性が乏しい**課題をデータ面からも再確認

平日

(赤：人流多 / 緑：少)

休日



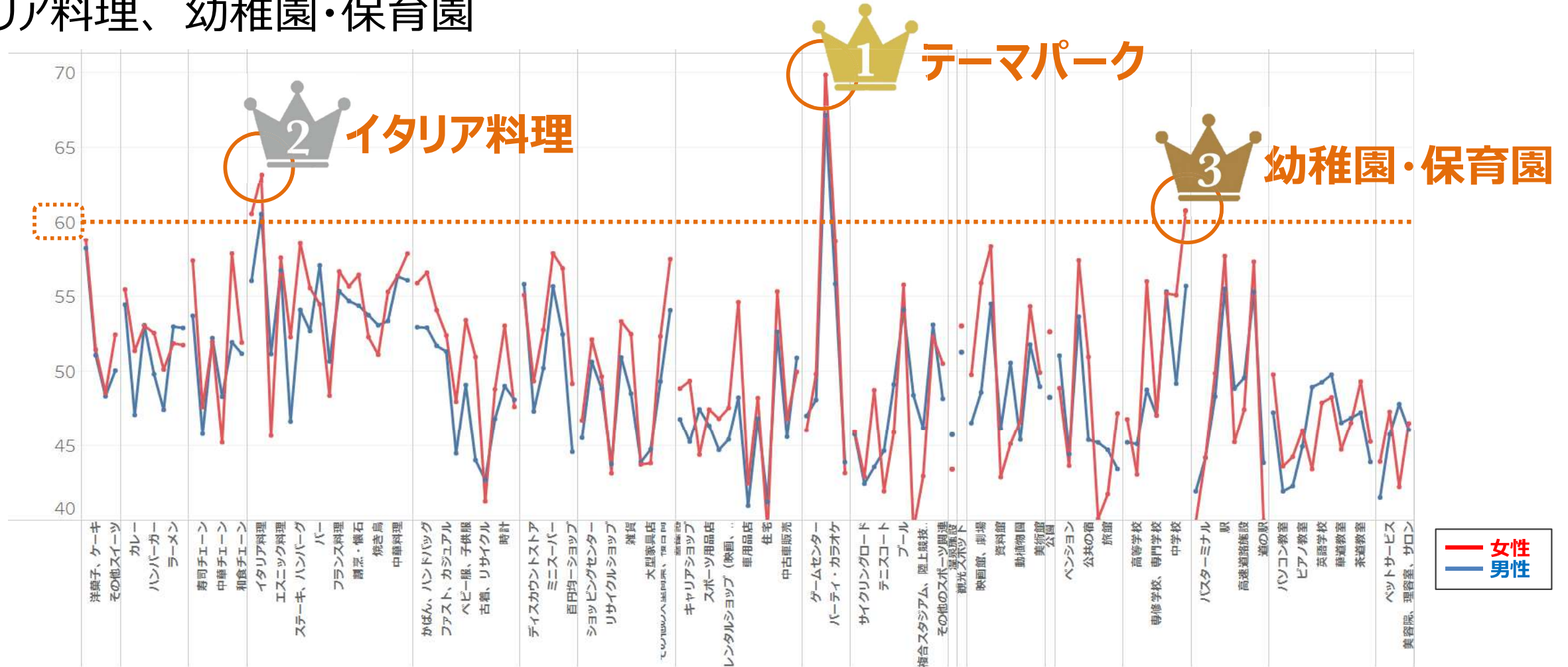
人流データによるエリアの行動傾向分析

仮説・設計

PJ実施

効果検証

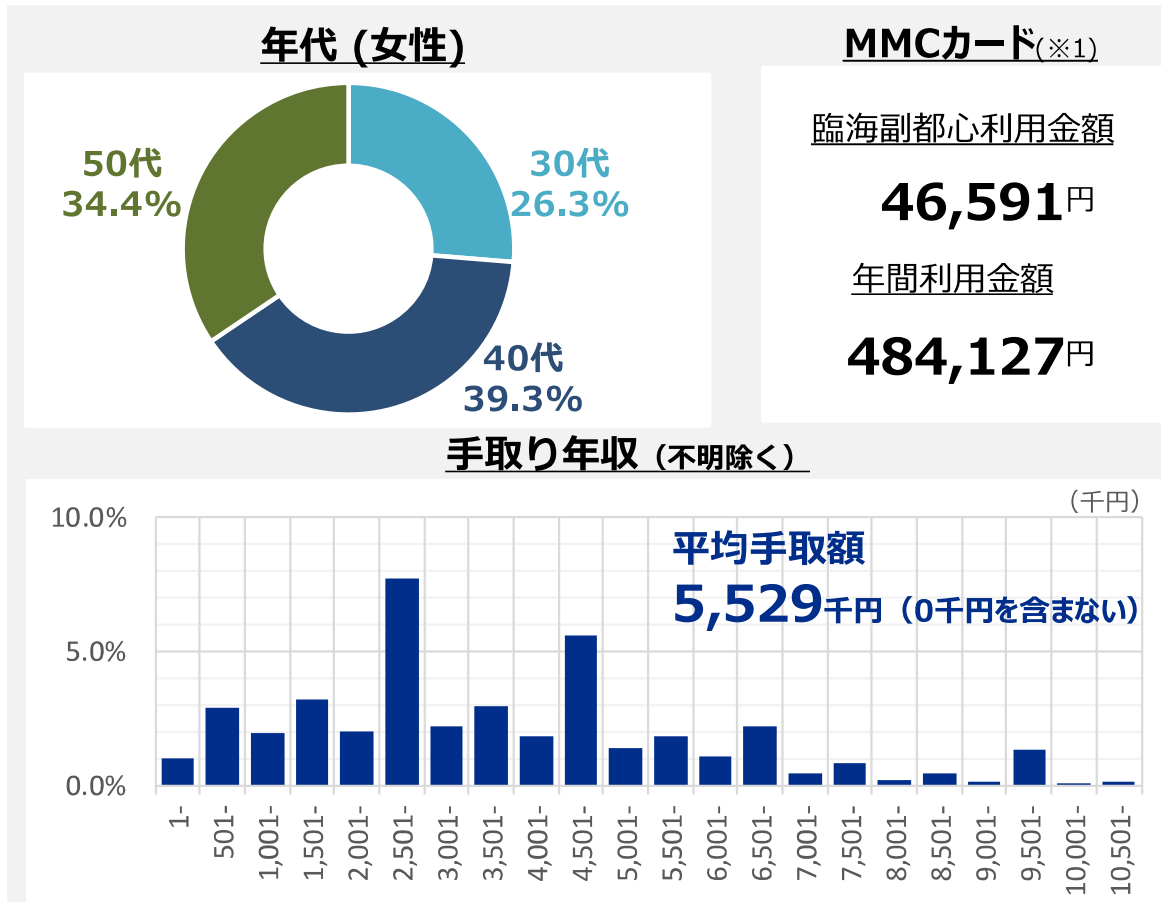
- ◆ 人流データでグルメ・ショッピング・エンタメ・生活サービスといった各カテゴリの行動傾向を分析
- ◆ 一例として、「住むひと」を対象とした分析での行動傾向が高いTOP3は、テーマパーク、イタリア料理、幼稚園・保育園



金融データによる金融背景・消費動向分析

- ◆ 臨海副都心エリアに在住する30-50代女性の年収・入出金・消費傾向を分析
- ◆ 年収は比較的高く、消費面ではカラグッズ・インドア娯楽など家族・子供向けを想起させる消費傾向を確認

<金融背景>



<消費動向>

MMCカード			口座振替		
分類 (MMC)	年間利用額(※2)	リフト(※3)	分類 (口座)	年間利用額(※2)	リフト(※3)
1 ホビー_キャラクターグッズ_キャラクターグッズ	112,798	6.3	1 スポーツショップ	268,695	2.5
2 インドア娯楽_インドア娯楽その他_インドア娯楽その他	104,176	4.6	2 不動産	1,467,453	1.6
3 アクセサリー_ブランドショップ_ブランド直営店	272,992	3.6	3 レンタル	627,383	1.5
4 資格_資格取得_資格取得	88,576	2.9	4 トレードその他	475,404	1.4
5 飲食_ファストフード_牛丼	31,647	2.6	5 レンタルその他	464,972	1.4
6 美容_化粧品_化粧品その他	54,045	2.5	6 電話料金	74,510	1.4
7 ファッション_ファッションその他_ファッションその他	90,820	2.2	7 購読	118,565	1.4
8 書籍_電子書籍_電子書籍	44,439	2.2	8 保険	219,386	1.4
9 募金_募金_寄付	31,397	1.8	9 決済代行	228,120	1.3
10 食品_食材宅配_食材宅配	53,025	1.7	10 国民健康保険料	446,413	1.3
...			...		
18 飲食_ファストフード_宅配ピザ	10,186	1.4	...		
...			15 学校	618,966	1.3
29 娯楽_テーマパーク_テーマパーク	19,181	1.1	...		
...			22 子育て	232,215	1.0
33 教育_教育その他_教育その他	49,385	1.0			

(※1) MMC : みずほ銀行が提供するみずほマイレージクラブカード
 みずほ銀行

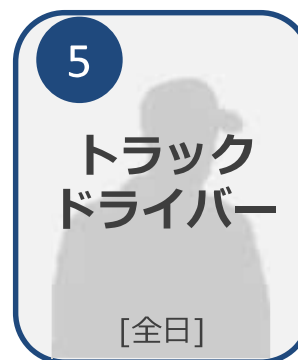
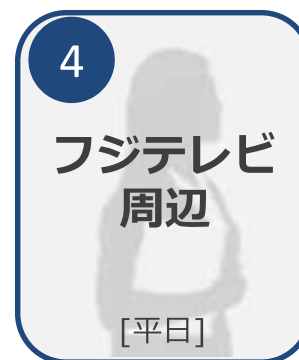
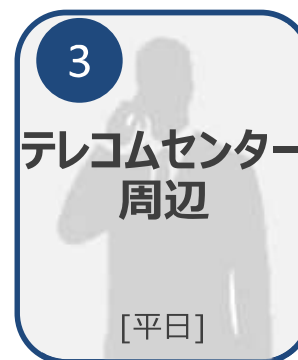
(※2) MMCカード、口座振替ともに、その分類に該当する方 (一定数以上) の平均値を算出
 (※3) エリア全体と比べてどの程度消費傾向が顕著かを表す値

◆オープン×人流×金融データの以下の考察により、住むひと・働くひと・訪れるひと人について8つのペルソナ（想定される典型的な人物像）を洗い出し

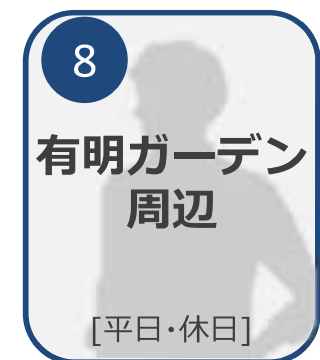
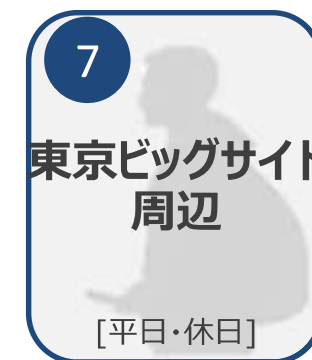
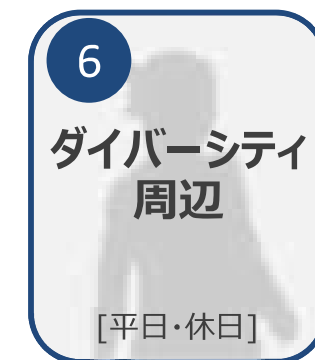
住むひと



働くひと



訪れるひと



「メタ観光マップ」作成

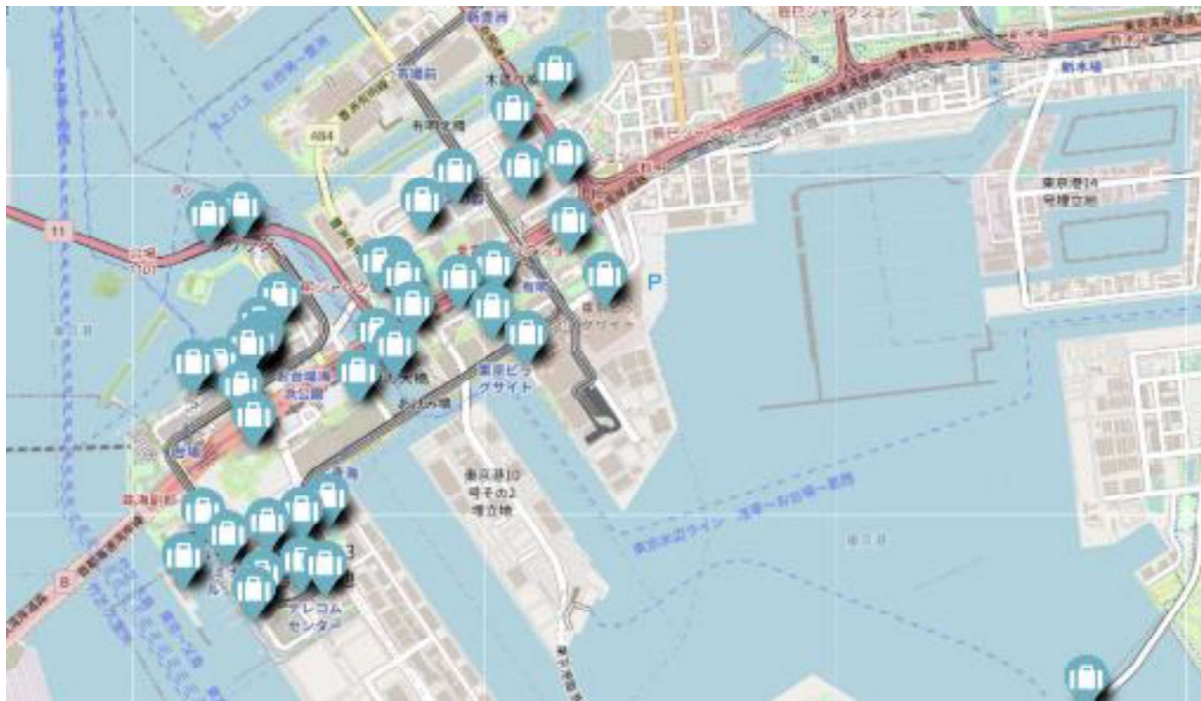
仮説・設計

PJ実施

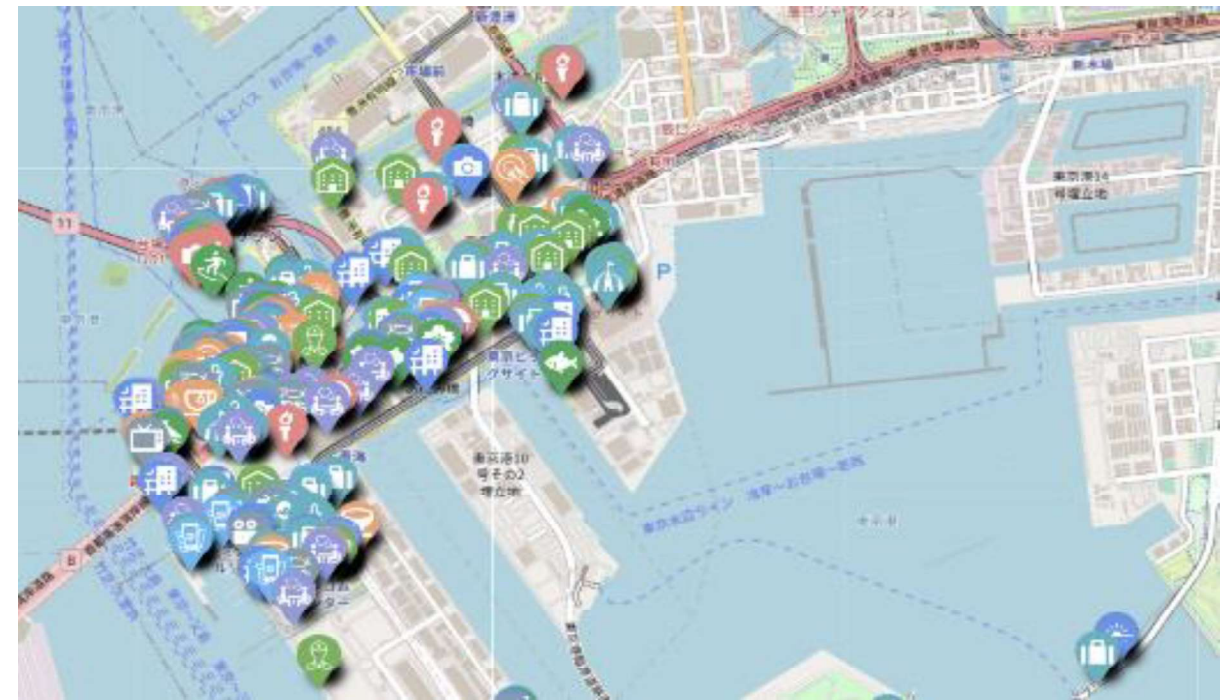
効果検証

- ◆ 本ケーススタディ事業を通じて、以下のような**臨海副都心エリアの「メタ観光マップ」**をリリース
- ◆ 従来の観光スポットと比較して、現代の多様化する人々の価値観を捉えた、**多くのにぎわい創出ポイントを掲載**

<一般的な観光スポット：44件 >



<メタ観光マップ掲載スポット：320件>



※メタ観光マップの考え方

「100万人集まる場所を一か所ではなく、1万人集まる場所を100か所作る」

ターゲット層との連携、メタ観光マップの作成・周知

仮説・設計

PJ実施

効果検証

- ◆地元住民や企業、大学関係者等と、メタ観光マップを一緒に作成する**ワークショップ**、メタ観光マップの幅広い認知・利用促進のきっかけとしての**ガイドツアー・シンポジウム**を開催
- ◆参加者より**QOL向上に繋がるという趣旨のフィードバックを多数受領**

【ワークショップ】



【ガイドツアー】



【シンポジウム】



東京シーサイドストーリー11月号

TOKYO easide 2023 11 November

東京シーサイドストーリー

街歩きに便利な情報を掲載!

日本語 MAP English

Japan Mobility Show

JAPAN MOBILITY SHOW 2023 (11月22日(水)～24日(金))

お出かけ前にWEBマガジン!

TOPICS

シンポジウムを開催し、臨海副都心メタ観光マップを公開 臨海副都心メタ観光プロジェクト

臨海副都心エリアにぎわい・回遊性の創出のため、地域の「メタ観光マップ」の制作を進めている「臨海副都心メタ観光プロジェクト」では、完成した「メタ観光マップ」と共に臨海副都心エリアの魅力を紹介するシンポジウムを開催します。

この取り組みは、一般社団法人メタ観光推進機構が、みずほ銀行、umeryと共同で「臨海副都心メタ観光プロジェクト」として、東京データが公開した「令和5年度 東京データプラットフォーム ケーススタディ事業」に採択され実施しています。

【メタ観光マップとは】

歴史・文化・自然など、地域の多様な魅力や価値ある情報をレイヤー(層)として地図上に重ねて表示することで、これまで認識されていなかった観光資源を可視化するオンライン地図です。

臨海副都心エリアのオープンデータや公開情報、地域の皆さんとのワークショップを開催して、地域の新たな魅力を発掘します。

○詳細・問い合わせ 一般社団法人メタ観光推進機構 <https://metatourism.jp/>

●シンポジウム「メタ観光マップで見つける臨海副都心の魅力」

臨海副都心のメタ観光マップの紹介と臨海副都心の魅力から街と観光について考えるシンポジウムです。

日時:10月28日(土)14時～15時30分(13時30分受付開始)

開催場所:有明セントラルタワーROOM1 (〒135-0063 江東区有明3丁目7-18)

※最寄駅:新交通ゆりかもめ「東京ビッグサイト」駅徒歩4分
りんかい線「国際展示場」駅徒歩5分

定員:100名 参加費:無料

参加方法:右の二次元コードから申し込んでください。

申込締切日:2023年10月27日(金)正午

●10月28日(土)公開「臨海副都心メタ観光マップ」

街歩きや観光をもっと楽しくするメタ観光マップが10月28日(土)に公開されます。無料でご利用可能です。ぜひご利用ください。

利用方法:右の二次元コードからアクセスください。

臨海副都心メタ観光マップ

名刺大カード

META Tourism

知らなかった臨海エリア発見!
いつものまちの魅力を再発見する
オンライン地図「メタ観光マップ」

自然やアート、アニメ聖地
名建築、夜景スポットなど
多彩なまち歩きのテーマと情報が満載

QRコード

スマホ片手に 臨海エリアを楽しもう!

東京お台場.net

東京お台場.net

すべて 気になるワードで検索

交通アクセス 音声読み上げ Language

イベント 特集 遊び・エンタメ 観光 学ぶ・体験 食べる ショッピング 宿泊・くつろぐ その他

おすすめコース お得情報

ILLUMINATION ISLAND ODAIBA 2023

ツナゲルアカリ

11.24 fri - 12.25 mon

東京お台場.net 厳選!
おすすめスポットがこの1枚に
おでかけMAP

お台場 レインボー花火

臨海エリア 再発見!
臨海副都心
メタ観光マップ

ILLUMINATION ISLAND ODAIBA 2023

ツナゲルアカリ

TOKYO ミナトリエ 東京臨海副都心観光協会

GO-TOKYO 東京の観光公式サイト

TOKYO easide

臨海エリア 防災情報

日本ビーチ文化 振興協会

LUUP

イベント

- カテゴリから探す
- カレンダーから探す
- キーワードから探す
- 年間の主要イベント

特集

- 特集一覧
- お台場レインボー花火2023
- お台場ハロウィン情報2023
- イルミネーションアイランドお台場2023
- りんかいトリビア
- 東京臨海 動画ギャラリー
- メガマウっさん紹介ページ
- りんかいちょこっとガイド
- ゆりかもめで行こう

スポット

- 遊び・エンタメ
- 観光
- 学ぶ・体験
- 食べる
- ショッピング
- 宿泊・くつろぐ
- その他
- 掲載スポット一覧

おすすめコース

- おすすめコース一覧
- ゆったりお散歩コース
- 観光コース
- 学習・体験コース
- 臨海副都心のアートスポット
- アクティブコース
- 夜景イルミネーションコース
- 大人のお台場堪能コース
- お花見コース
- お台場パノラマコース

お役立ち情報

- 割引・クーポン情報
- 東京お台場 FREE WIFI
- 臨海副都心エリアのメタ観光マップ

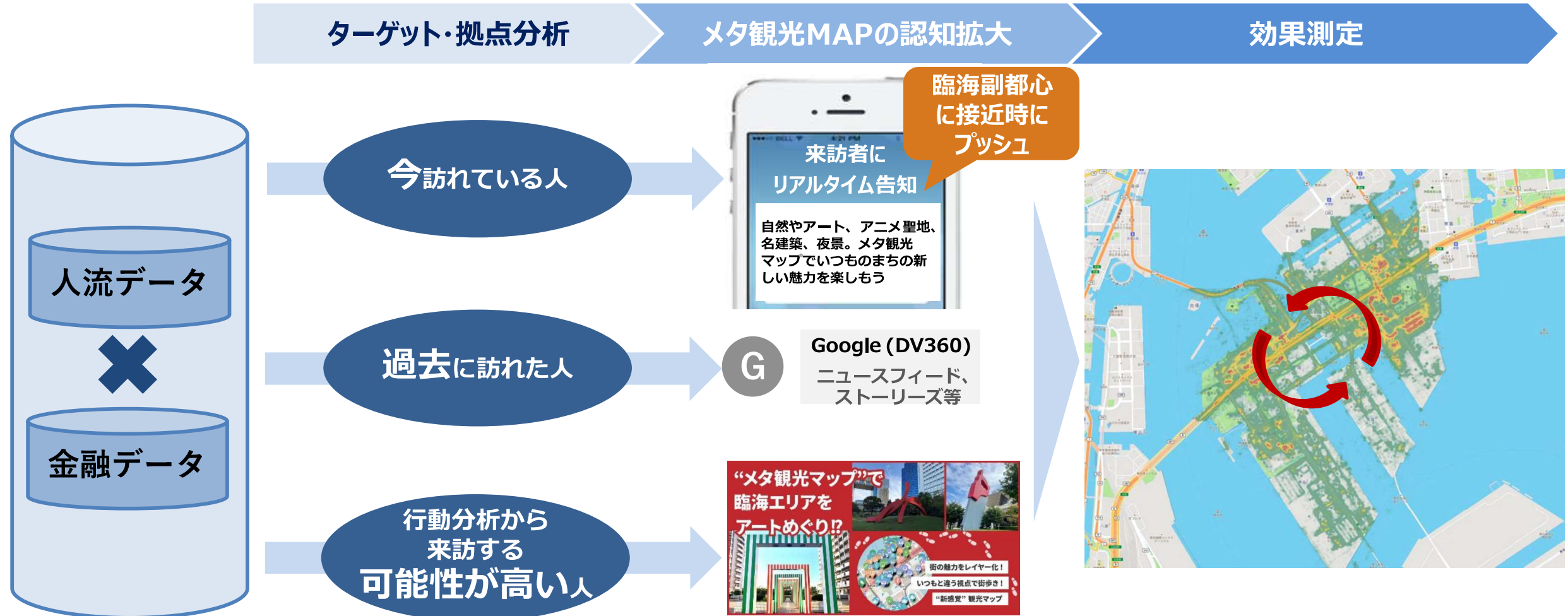
リアルタイム告知とGoogle広告を用いたプロモーション

仮説・設計

PJ実施

効果検証

- ◆ 同日回遊率 (※) を高めることを目標に、複数のメディアを使い分けた「メタ観光マップ」のプロモーションを実施



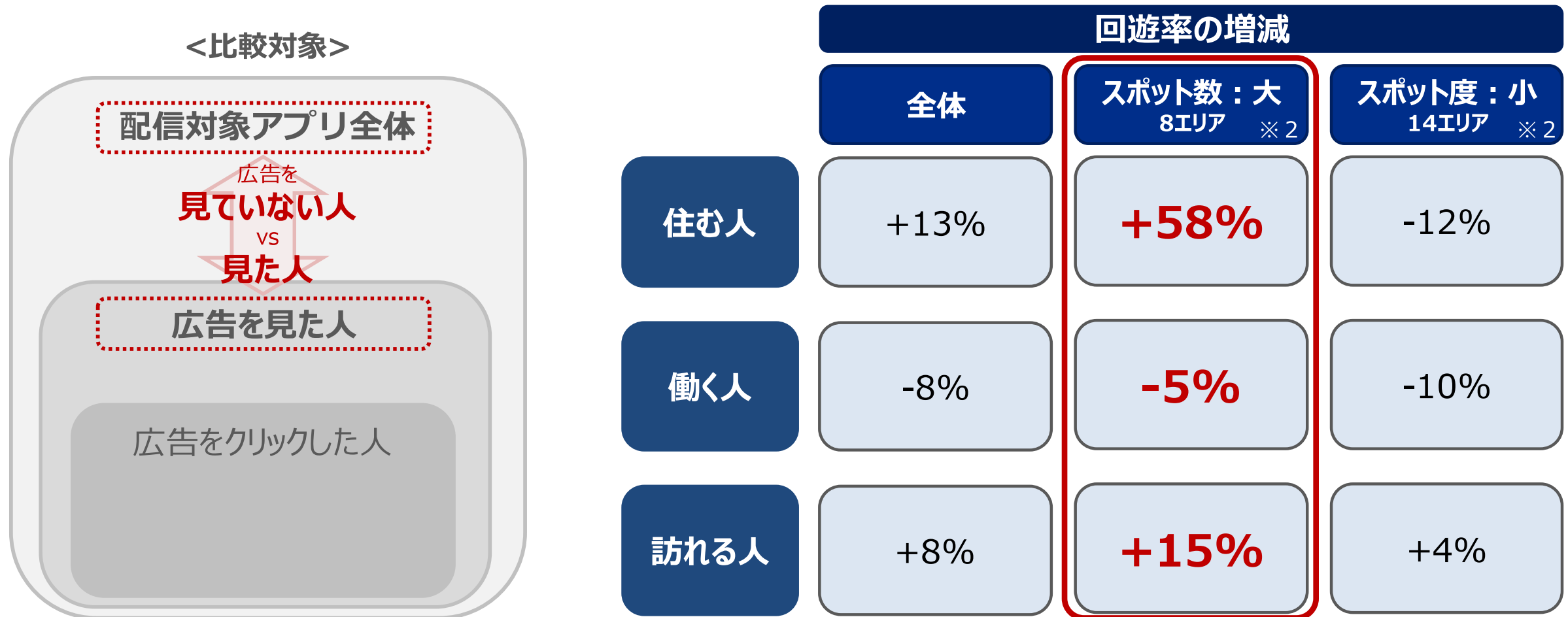
分析・効果検証①：広告配信×メタ観光マップスポット数

仮説・設計

PJ実施

効果検証

- ◆今回のプロジェクトにて、住む人・訪れる人は同日回遊率^(※1)が増加、働く人は減少。
- ◆特に、メタ観光マップの掲載スポット数が多いエリアについては効果が顕著



分析・効果検証②：“ペルソナ”の回遊状況

仮説・設計

PJ実施

効果検証

- ◆オープンデータで住む人のボリュームゾーンであった有明一丁目の「子育てママ」を対象に、人流を可視化
- ◆メタ観光マップの**広告閲覧層の方が、ダイバーシティへの集中から分散し、他エリアを回遊**

＜広告を閲覧した＞

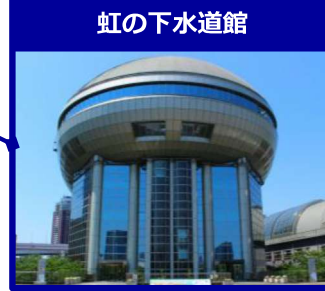
＜広告を閲覧していない＞

＜メタ観光マップスポット＞



●メタ観光マップスポット

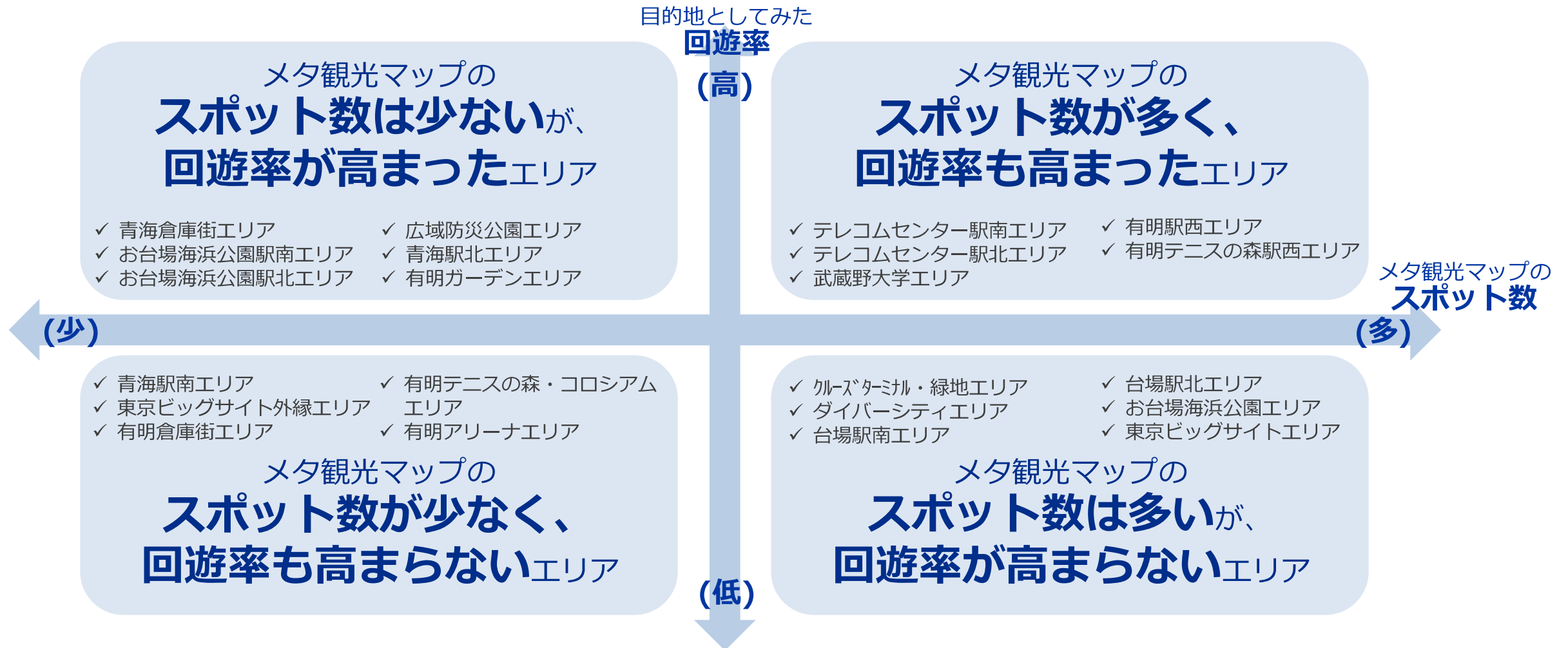
＜メタ観光マップスポット＞



ダイバーシティ

●メタ観光マップスポット

- ◆“ペルソナ” “広告配信有無” 以外でもメタ観光マップを起点に**エリアの特性が顕在化**
- ◆“まちづくり”検討の視点のひとつとしての転用可能性



(※) マトリックスは回遊率、マップそれぞれのスポット数の中央値を基準としており、回遊そのものが低くなったスポットを示すものではない。

TDPFを通じた本ケーススタディ事業の発展

東京データプラットフォーム (TDPF)

継続的なデータの利用

(データ利活用のケース積み上げ)

他データとのかけ合わせ

- ✓ 新たなデータを掛け合わせた分析・データ解像度の向上

例 不動産、決済、POS、検索

他エリア・自治体へのモデル展開

- ✓ 先進ユースケースとして、他エリアや自治体での活用・発展

都内、全国自治体

活用データの提供

(品揃えの拡大)

まちづくりとしての用途展開

- ✓ まちづくり支援としての活用・貢献の実現

例 イベント企画、企業誘致、インバウンド、商店街活性化、防災、インフラ

データ利活用事業への応用・展開

- ✓ データ利活用事業の付加価値向上を実現

例 商店街振興、キャッシュレス、スマートシティ、MaaS、過去の類似実証

新たなデータ価値による
社会課題へのアプローチ

事業を通じた成果・
改善ポイント整理

ソリューションの
持続的発展

TDPFを中心にした先進ユースケースの創出・展開、用途の多様化を実現