

# 人流・金融・観光情報の統計データをもとにした 周遊促進プロジェクト

## 中間報告

2023年12月6日(水)



- (1) 事業概要**
- (2) 事前データ分析とスタンプラリーの方向性**
  - － 分析から見えた課題
  - － スタンプラリーで実現したいこと
- (3) 10/23(月)開催 ワークショップの状況**
- (4) 12月開催 スタンプラリーの概要**
- (5) 最終報告の方向性**

## (1) 事業概要

### ■ 目的

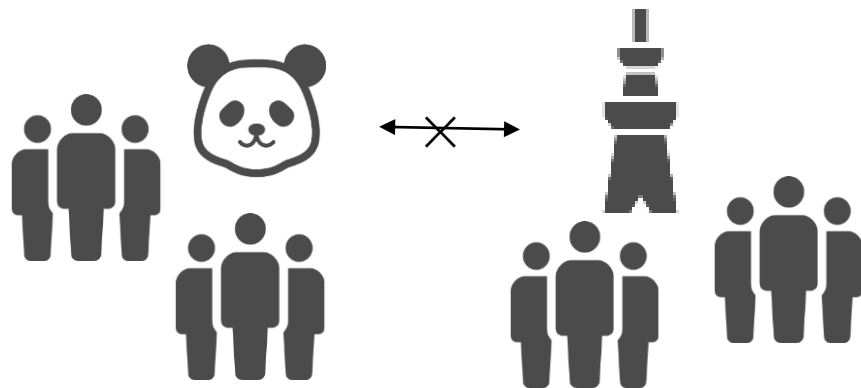
墨田区・台東区で連携した、効果的な周遊促進

### ■ 背景

- 都内でも特にインバウンドが急増しているエリア
- 誘客の分散化が求められる中で、「データ」に基づいた効果的な誘客の分散化には課題がある
- 事業者を主体とした観光促進を目指しているが、事業者へのデータ提供にも課題がある

→ 墨田区・台東区で連携し、データをもとにした検討を地域内事業者とともに行うことで、効果的・持続的な周遊促進の事例を創出したい

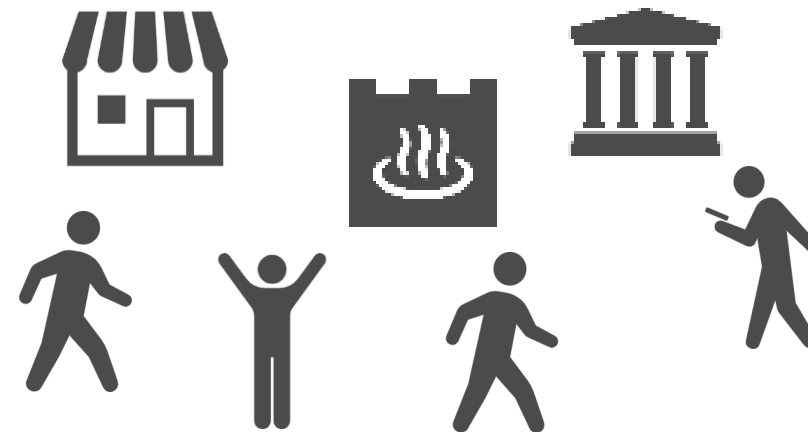
## 現状と課題



特定の場所が  
混んでる

- ①特定のスポットに来訪が集中している状態
- ②地域内滞在時間が短く、  
観光消費額に白地がある状態




## 目指したい状態



幅広いスポットに  
人が分散されている

- ①「穴場スポット」が見つかり、人が分散している状態
- ②地域内の滞在時間が長くなり、  
観光消費額が上がっている状態

# 今回の分析で使用したデータ

	人流データ	金融データ	観光スポットクチコミデータ
			
名称	おでかけウォッチャー	Mizuho Insight Portal (Mi-Pot : ミーポット)	じゃらん
データ利用目的	指定したスポットの観光客分析を目的に特化した人流モニタリングツール	台東区・墨田区の指定エリアの各属性（性年代）の消費額や消費傾向を把握	観光スポット住所や予約数、そのスポットのクチコミ情報や満足度評価を把握
利用データ	台東区・墨田区登録スポット来訪者数、周遊、性年代	指定決済エリアの消費額 決済項目、性年代	観光スポット情報 クチコミ情報 満足度評価（5点尺度）
データ取得期間	2022年8月1日 ～2023年7月31日	2022年8月1日 ～2023年7月31日	1985年5月1日 ～2023年8月31日
開発・運用、データ提供元	公益財団法人 九州経済調査協会 ブログウォッチャー	株式会社みずほ銀行	株式会社リクルート

## (2) 事前データ分析とスタンプラリーの方向性

---

## 一 分析からみえた課題



# 課題① ー特定のスポットに来訪が集中している状態

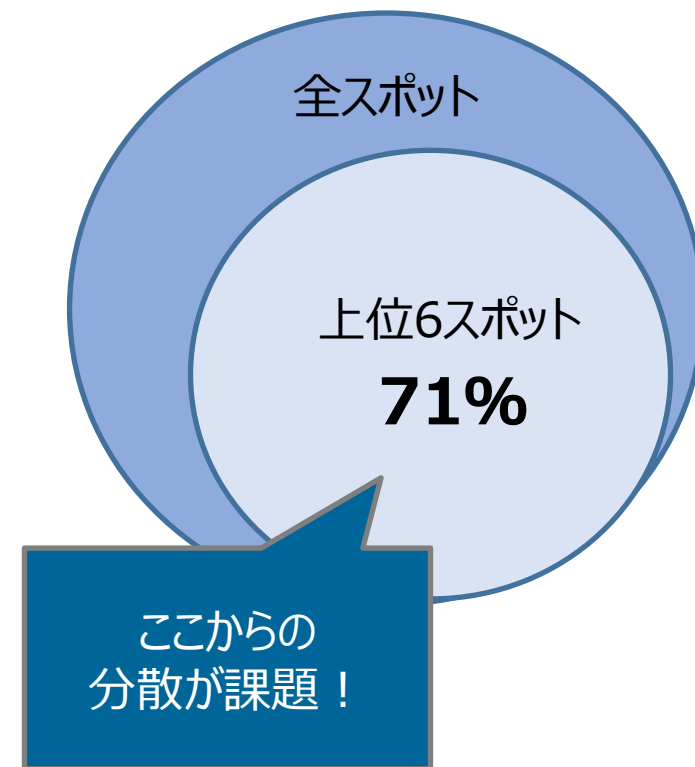
- ◆墨田区・台東区のおでかけウォッチャー上の登録スポット数は「117」箇所 ※駅（ジャンル：交通・乗り物）を除く
- ◆来訪ランク上位6スポットの割合は、全体の71%を締めておりほとんどの来訪者が一定のスポットに集中している

## ■おでかけウォッチャー来訪ランキング 上位6スポット

来訪地	合計
スカイツリータウン	最も高い来訪数
東京都立上野恩賜公園	2番目に高い来訪数
楽天地スパ	3番目に高い来訪数
蔵前商店街	4番目に高い来訪数
仲見世商店街	5番目に高い来訪数
両国国技館	6番目に高い来訪数

期間：2022年8月～2023年7月

## ■上位6スポットの占める割合



## 課題② ー地域内滞在時間が短く、観光消費額に白地がある状態

- ◆ 来訪数上位の「スカイツリータウン」と「上野公園」を起点とした周遊を見ると、『東京都外』来訪者はある程度距離のある周遊をする傾向
- ◆ 『近隣10区』来訪者は近隣への周遊が高く、距離のある周遊はしない傾向

### ■ おでかけウォッチャー周遊数 「スカイツリータウン」発地別周遊者数/割合

周遊パターン	近隣10区	10区以外都内	東京都外
スカイツリータウン ⇄ 仲見世商店街	4.7%	9.2%	86.2%
スカイツリータウン ⇄ 浅草寺	6.7%	10.2%	83.1%
スカイツリータウン ⇄ 台東区立隅田公園	22.0%	11.7%	66.3%
スカイツリータウン ⇄ 蔵前商店街	33.1%	13.1%	53.8%
スカイツリータウン ⇄ 楽天地スパ	60.7%	6.7%	32.6%
スカイツリータウン ⇄ 墨田区立隅田公園	40.0%	11.4%	48.6%
スカイツリータウン ⇄ 大横川親水公園	57.3%	7.5%	35.2%
スカイツリータウン ⇄ 東京都立上野恩賜公園	20.4%	9.7%	69.9%
スカイツリータウン ⇄ 浅草花やしき	11.5%	12.8%	75.7%
かっぱ橋道具街 ⇄ スカイツリータウン	21.0%	12.2%	66.8%

東京都外の割合が高い

### ■ おでかけウォッチャー周遊数 「東京都立上野恩賜公園」発地別周遊者数/割合

周遊パターン	近隣10区	10区以外都内	東京都外
上野動物園 ⇄ 東京都立上野恩賜公園	16.6%	20.4%	62.9%
東京都立上野恩賜公園 ⇄ 東京都美術館	12.7%	24.7%	62.6%
東京国立博物館 ⇄ 東京都立上野恩賜公園	14.5%	20.7%	64.8%
国立科学博物館 ⇄ 東京都立上野恩賜公園	11.8%	20.1%	68.1%
国立西洋美術館 ⇄ 東京都立上野恩賜公園	12.0%	21.3%	66.8%
東京文化会館 ⇄ 東京都立上野恩賜公園	12.5%	26.1%	61.4%
上野東照宮 ⇄ 東京都立上野恩賜公園	15.4%	19.0%	65.7%
上野精養軒 ⇄ 東京都立上野恩賜公園	13.8%	18.7%	67.5%
上野の森美術館 ⇄ 東京都立上野恩賜公園	11.1%	23.2%	65.6%

---

– スタンプラリーで実現したいこと

# ターゲットの定義

台東区・墨田区には、隣接している他8区の住民も足を延ばし、観光地散策やショッピングを満喫し、消費額向上に貢献することが考えられる。その為、台東区・墨田区に隣接する8区を加えた『**近隣10区**』を今回の分析ターゲットと設定

## 今回のターゲット

### 近隣10区

台東区 + 墨田区 + 隣接区  
(足立区・葛飾区・江戸川区・江東区・中央区  
・千代田区・文京区・荒川区) 全10区



### 10区以外都内

『近隣10区』以外の東京都



### 東京都外

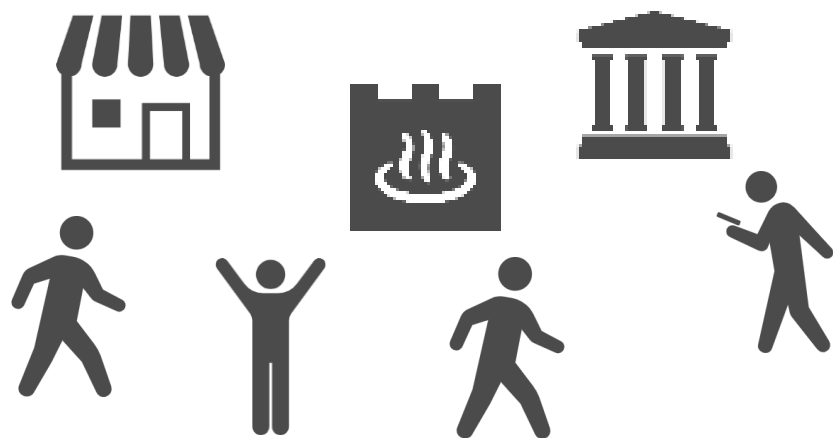
東京都以外の道府県



# 本事業で目指したい姿とその解決策

- ◆本事業の目的は、「近隣10区」住民が、幅広いスポットに分散化されることである
- ◆解決策として3つを設定し、それぞれが達成できるデジタルスタンプラリーを思案する

## 目指したい状態



幅広いスポットに  
人が分散されている

## 解決策

1 「穴場スポット」を周遊させる

2 「消費額の伸びしろスポット」を  
周遊させる

3 「新たな穴場スポット」を開拓し  
周遊させる

1

## 「穴場スポット」を周遊させる

→「美術館・博物館」「温浴施設」を穴場スポットと定義する

※穴場スポット：「来訪数が少ない」×「クチコミ評価が高い」×「消費額が高い」

2

## 「消費額の伸びしろスポット」を周遊させる

→「商店街」を消費額の伸びしろスポットと定義する

※消費額の伸びしろスポット：「来訪数が多い」×「消費額が低い」

3

## 「新たな穴場スポット」を開拓し周遊させる

→今回のスタンプラリー期間中に新たに発掘する

※新たな穴場スポットを開拓しスポットを再登録し来年以降の周遊施策へつなげる

### **(3) 10/23(月)開催 ワークショップの状況**

## 概要

日時： **10/23(月) 10:00~12:00** (開場 9:30)

会場：「曳舟文化センター」レクリエーションホール

参加費：無料

参加条件：12月開催のデジタルスタンプラリーに参加すること

募集方法：メール・架電・問い合わせフォーム連絡・訪問

## 次第

- (1) 開会のご挨拶
- (2) 第一部 セミナー  
プロジェクト概要のご説明
- (3) 第二部 セミナー  
データ分析結果からわかる墨田区・台東区の特徴のご共有
  - － データ定義
  - － 墨田区・台東区の現状
  - － 分析から見えた課題
  - － デジタルスタンプラリーで実現したいこと
- 休憩
- (4) 第三部 ワークショップ
  - － デジタルスタンプラリー概要のご説明
  - － インタビューシートからプロモーションを考える





- ◆ データから定めたターゲットをより深掘りするため、事前にターゲット女性3名にインタビューを行い定性情報を集約
- ◆ データと定性インタビューの情報をもとにペルソナを設定し、各グループごとにキャンペーン企画書を作成

## ■ ワーク① 定性インタビューからターゲットを深ぼる

増元在住女性インタビューシート

**Aさん (仮称)**

**Bさん (仮称)**

**Cさん (仮称)**

## ■ ワーク② ターゲットに刺さるキャンペーンを考える

### キャンペーン企画書

●スタンプラリー名

●コンセプト

●賞品

●概要

▼すでに確定していること

- ・スタンプラリー期間：2023/12/4(月)～2023/12/17(日)
- ・条件：①スポットを2箇所めぐり写真を撮る ②道中で穴場スポットの写真を2枚投稿する

①スポットを2箇所めぐり写真を撮る  
どんなカテゴリで2箇所巡ってもらう？

②道中で穴場スポットの写真を2枚投稿する  
どんなジャンルの写真を投稿してもらう？

●告知方法

媒体	どこでどのように告知するか
ポスター	
チラシ	
「 」	
「 」	
「 」	
「 」	

### アイデアシート

■ターゲットを想定しよう

名前：	居住区：	趣味：
年齢：	家族構成：	職業：
		欲しいもの：
		最近買ったもの：
		好きなお店：
		悩み：

その他メモ：

■ターゲットがスタンプラリーへ参加するまでの行動

どこで何で知る？

例：スカイツリーのエスカレーター横に掲示されているポスターを見て知る

どうして参加する？

例：お正月明けのご褒美として賞品のホテルビジネス券を当てたいと思ったため

どのルートを通る？

例：家に帰る道中で惣菜店に寄り、一旦帰宅した後に銭湯へ行く

自分はどの行動をする？

例：友達とお茶子定食なので、真昼でもお茶子のカフェを穴場スポット写真投稿する

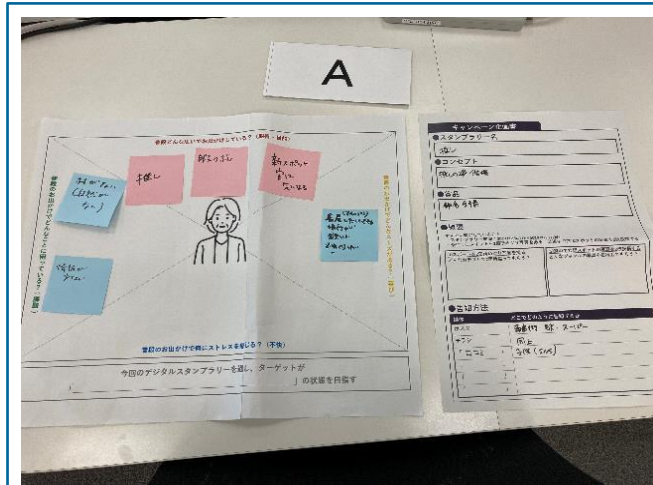
貴段どんな思いでお出かけしている？ (期待・目的)

貴段のお出かけで何にストレスを感じる？ (不快)

今回のデジタルスタンプラリーを通し、ターゲットが「 」の状態を目指す

- ◆実際のデモ画面も操作し、Aチームは「推し」 Bチームは「ととのう」というキーワードを考察
- ◆賞品はペルソナをもとに、墨田区台東区のホテル宿泊券・レストラン食事券などが挙がった

## ▼実際に出了ご意見



### <定量データ>

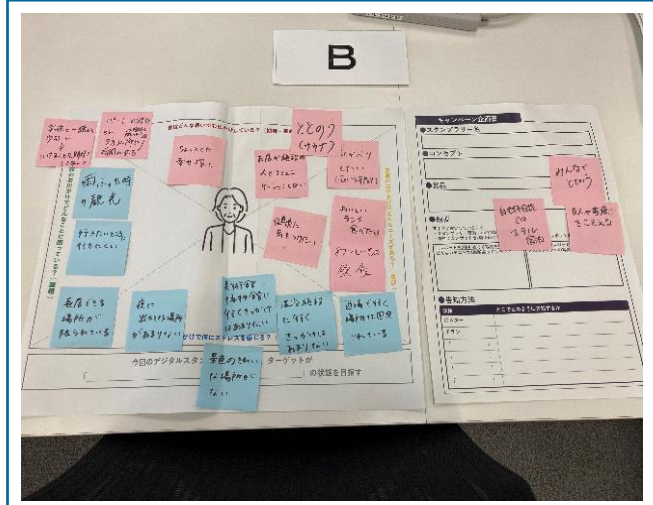
- ・60代女性は商店街への来訪が多い

### <定性データ>

- ・お気に入りの商店街が存在する
- ・韓国ドラマにはまっており、推し活がしたい



「穴場スポット」ではなく「**推し**スポット」として墨田区台東区のお気に入りのスポットを見つけてもらう仕立てとする



### <定量データ>

- ・60代女性は温浴施設への来訪が多い
- ・全体傾向として、離れたホテルから温浴施設への周遊が多い

### <定性データ>

- ・健康に気をつけたい
- ・サウナや美味しいもので癒やされたい



「**ととのう**」をコンセプトにした訴求とし、賞品に心と身体が癒やされるホテル宿泊券やレストラン食事券を入れる

## (4) スタンプラリーの概要

キャンペーン名 下町おさんぽフォトラリー

キャンペーン実施期間

2023/12/4(月)～2023/12/17(日) ※只今開催中!

参画事業者 40スポット

応募方法

- ・ 事前アンケートに回答しスタンプラリーへ参加すること
- ・ スタンプスポットで2枚の写真を投稿すること
- ・ 墨田区台東区内で「推しスポット」写真を1枚投稿すること
- ・ 事後のアンケートに回答すること

参加方法

**STEP 1** 専用サイトで新規会員登録

**STEP 2** マップが表示されたらそのスポットへ写真を投稿するとスタンプがゲットできます

**STEP 3** 道中であなたの「推しスポット」写真を投稿しよう

**STEP 4** STEP2の「スタンプスポット」2ヶ所とSTEP3の「推しスポット」1ヶ所の投稿で一口プレゼントに応募できます

プレゼント

特別賞  
**推しスポット賞**  
おなただけの推しスポットを投稿しよう

どこでも簡単に写真が印刷できる!

2名様

モバイルフォトプリンター

今回のスタンプラリーではスタンプスポットの他に、道中で見つけたあなたの「推しスポット」の写真を投稿してもらいます。お気に入りの商店街やレトロな銭湯などなんでもOK! 優れた写真を捕った方には「墨田区賞」と「台東区賞」としてモバイルフォトプリンターをプレゼント!

墨田区・台東区

2023 12.4 月 17 日

**A賞** ザ・ゲートホテル雷門 ペア宿泊券 1名様

**B賞** スカイツリー展望レストラン ペア食事券 (Sky Restaurant 634) 3名様

**C賞** 江戸切り子 水玉万華鏡くいのみペア 5名様

**D賞** 東京カステラ 10名様

**E賞** うちわ船 200名様

## ■ 紙制作物

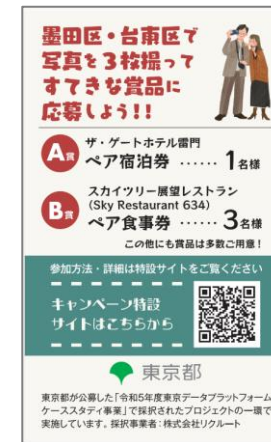
### ポスター（A2サイズ）



### チラシ（A4サイズ）



### カード（名刺サイズ）



## 配布協力先

参画事業者・墨田区・台東区・墨田区観光協会様のご協力先

## ■ その他

- ・じゃらんnetでの掲載
- ・墨田区区報での発信
- ・台東区Instagram・Xでの発信
- ・墨田区観光協会X・Facebook・LINEでの発信

## 参加事業者一覧 合計40施設

### ■商店街（5施設）

東京スカイツリー®  
仲見世商店街  
下町人情キラキラ橋商店街  
佐竹商店街連合会  
浅草北部ことぶき商店会

### ■美術館・博物館（13施設）

両国花火資料館  
浅草リトルシアター  
すみだ北斎美術館  
世界のカバン博物館  
朝倉彫塑館  
台東区立書道博物館  
浅草木馬館  
台東区立一葉記念館  
東京藝術大学大学美術館  
東京国立博物館  
刀剣博物館  
たばこと塩の博物館  
東武博物館

### ■銭湯（22施設）

曙湯  
押上温泉大黒湯  
さくら湯  
寿湯  
萩の湯  
燕湯（つばめゆ）  
薬師湯  
電気湯  
辨天湯（べんてんゆ）  
朝日湯  
アクアプレイス旭  
鶴の湯（浅草橋）  
有馬湯  
富久の湯  
改栄湯  
浅草天然温泉 日の出湯  
鶴の湯（浅草）  
帝国湯  
堤柳泉  
宝泉湯  
天然温泉湯 湯どんぶり栄湯  
松の湯

### ▼分散イメージ

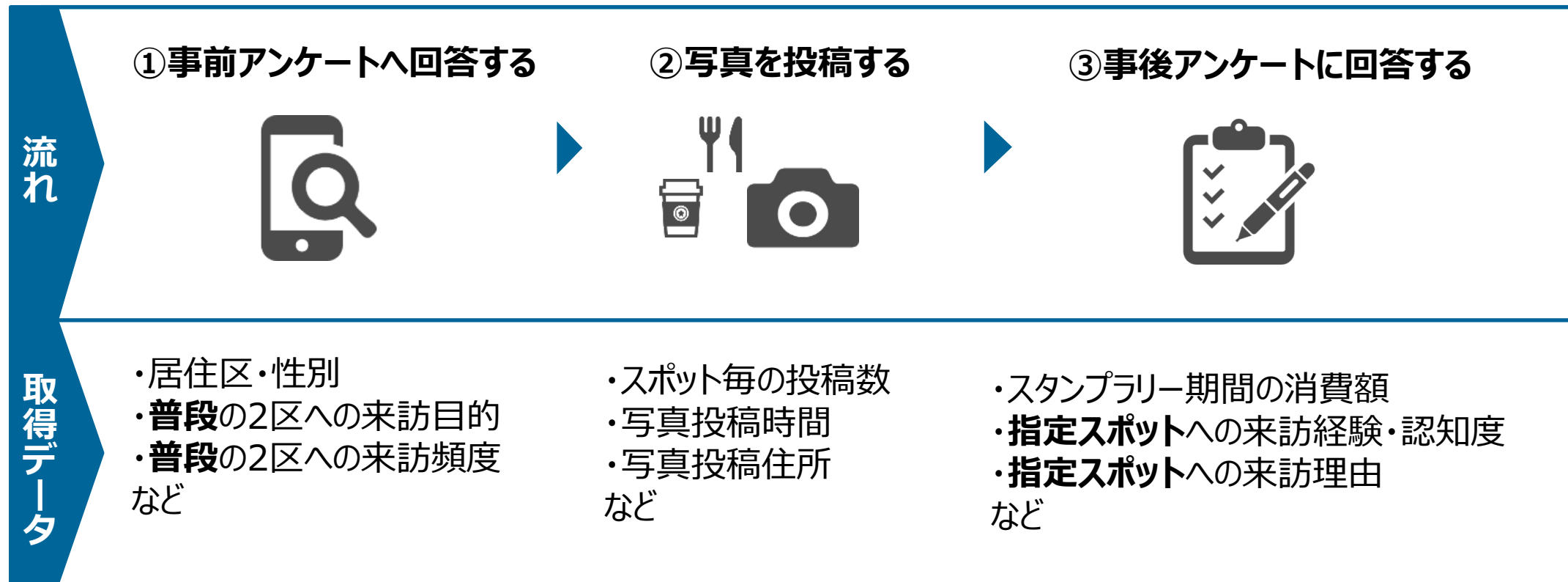


## (5) 最終報告

# 最終報告データの取得方法

- ◆ 普段の周遊活動とキャンペーン時の周遊活動の違いを測るため  
スタンプラリーの投稿データ以外に「事前」と「事後」でアンケートを実施
- ◆ これらの結果からデータ分析結果をキャンペーンに活かす仕組みの有効性を検証する

## ■ プレゼント応募までの流れと取得データ

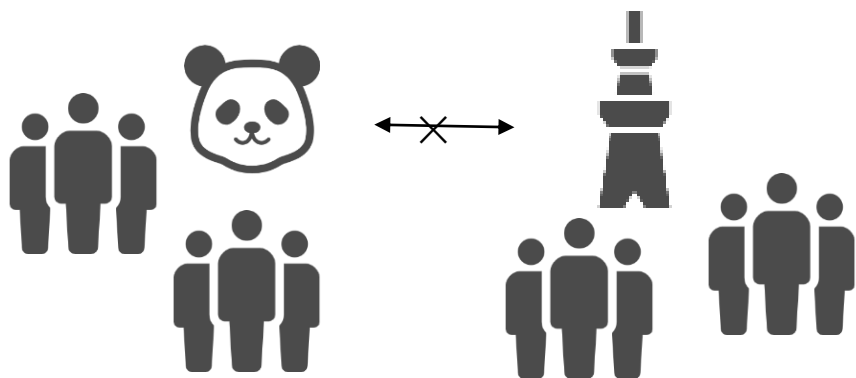




# 最終報告の内容案

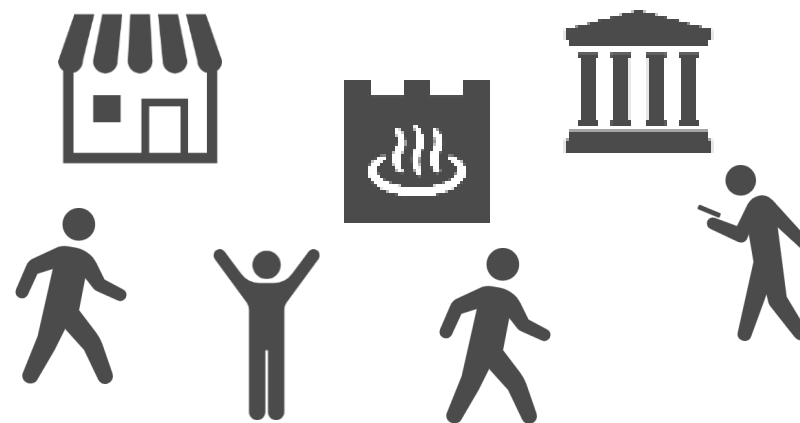
- ◆ 本事業の最大の目的は、幅広いスポットに人が分散されている状態を目指すこと
- ◆ 振り返りでは分散した状態を作れたかの他に、持続可能性の示唆として次頁記載の内容の振り返りも行う

## 現状と課題









特定の場所が  
混んでる

## 目指したい状態



幅広いスポットに  
人が分散されている

	明らかにしたいこと	報告内容
周遊促進	<b>周遊特性</b>  幅広いスポットに人が分散されたか、今後の施策に繋がる周遊特性はあるか	<b>【定量】</b> 参加人数・2か所以上の周遊者数 周遊スポット・ルートランキング ほか
	<b>消費特性</b>  今後の施策に繋がる消費特性はあるか	<b>【定量】</b> スポット別消費額 キャンペーン全体における消費額 ほか
	<b>新スポットの発掘</b>  今後強化すべき新スポットはどのようなものがあるか	<b>【定性】</b> 「推しスポット」投稿写真 「推しスポット」投稿エリア ほか
	<b>周遊促進ペルソナ</b>  周遊促進を行うためにどのようなターゲットにどのように施策をうつと良いか	<b>【定性】</b> 通常時の来訪頻度・来訪目的 訪れたスポットの来訪意向度・理由 ほか
データ活用	<b>自治体継続性</b>  自治体が持続的にデータ活用をするために必要なことなことは何か	<b>【定性】</b> 今後のデータ活用意欲 今後必要なデータ ほか (キャンペーン終了後に別途アンケートで取得)
	<b>事業者継続性</b>  事業者が持続的にデータ活用をするために必要なことなことは何か	<b>【定性】</b> 今後のデータ活用意欲 今後必要なデータ ほか (キャンペーン終了後に別途アンケートで取得)

## ■周遊が少ない4パターン（来訪目的×来訪回数）

### (1) 観光スポットに数回しか行かない

- 普段行ってるスポット
- ・スカイツリー・上野美術館



- CPで印象に残っているスポット
- また行きたい理由
- モデルコース（ゴールデンルート）

来訪回数が少ない

観光目的（観光消費額が高い）

### (2) 特定の観光スポットのみ複数回行く

- 普段行ってるスポット
- ・仲見世商店街 ・スカイツリー



- CPで印象に残っているスポット
- また行きたい理由
- モデルコース（ゴールデンルート）

来訪回数が多い

### (3) 日常スポットに数回しか行かない (あまり出歩かない)

- 普段行ってるスポット
- ・キラキラ橋商店街



- CPで印象に残っているスポット
- また行きたい理由
- モデルコース（ゴールデンルート）

### (4) 特定の日常スポットに複数回行く

- 普段行ってるスポット
- ・キラキラ橋商店街 ・寿湯



- CPで印象に残っているスポット
- また行きたい理由
- モデルコース（ゴールデンルート）

普段使い目的（観光消費額が低い）

「下町おさんぽフォトラリー」は現在開催中ですので、ぜひご参加ください！



墨田区・台東区

下町  
おさんぽ  
フォトラリー

2023 12.4 月  
2023 12.17 日

スマホから  
専用サイトへ  
簡単エントリー

こころも

からだも

とこのう

キャンペーン  
特設サイトは  
こちらから

