

「弘前さくらまつり」の来場者をドコモデータで解明！ イベント・観光旅行事業向け『docomo data square® 分析レポート』を公開 ～231万人を動員した「弘前さくらまつり」の来訪者分析から見る、イベント・観光における位置情報データ活用の可能性～



株式会社 D2C(本社:東京都港区、代表取締役社長:岡 勇基、以下 D2C)は、株式会社 NTT ドコモ(以下ドコモ)が保有する 1 億超(※1)の会員基盤をベースにしたドコモデータ(※2)を活用し、2025 年 4 月16日から 5 月 5 日まで開催された「弘前さくらまつり」の来場者属性や人流を詳細に分析したレポートを公開いたしました。

(※1)2025 年12月末時点の d ポイントクラブ会員数

(※2)個人が特定されるデータは含まれていません。

■背景と目的

桜は日本の春を象徴する重要な観光資源であり、お花見に伴う経済効果は 2025 年に 3,000 億円近い規模(※3)に達しています。

中でも、日本三大桜まつりの一つとしても知られる青森県弘前市の「弘前さくらまつり」は、2025 年度に推計 231 万人もの人出(※4)を記録した、国内屈指の規模を誇るイベントです。

本レポートは、お花見時期の人流分析を通じ、イベントや観光事業に携わる自治体や企業の皆様へ、通信キャリアならではの精緻な位置情報データを活用した分析サービスの具体的な活用イメージの提示を目的としています。

(※3)引用元:株式会社インテージ/ プレスリリース「花見復活、予定 4 割でコロナ前水準。一人花見は 2.2 倍」

(※4)引用元:弘前市長記者会見 令和 7 年 5 月 7 日 定例記者会見 資料「令和 7 年度 弘前さくらまつりの人出状況(推計値)」より

■調査レポートの主なトピックス

本レポートでは、お花見調査 2025「一度は行ってみたい桜の名所ランキング」1位(※5)の弘前公園をモデルケースとして抽出・分析を行いました。

- **広域からの圧倒的な集客力:** 来訪者の約 4 割が青森県外居住者であり、特に東北・関東圏からの流入が顕著です。地元住民(弘前市民は約 2 割)だけでなく、広域からの集客がイベントを支えている実態が浮き彫りになりました。
- **「夜桜」と「飲食」への集中傾向:** 人流のピークは、飲食を楽しめる正午前後の時間帯と、日の入り後のライトアップ鑑賞時間帯に集中しています。
- **ターゲット属性の明確化:** 男女ともに 40~50 代の構成比が高く、全ての世代で女性の割合が男性を上回るなど、層ごとの来訪傾向を特定しました。

(※5)出展元:[ウェザーニューズ、「お花見調査 2025」の結果を発表](#)

■ docomo data square®(dds)による「イベント・観光分析」の強み

今回の分析に用いた「イベント・観光分析パッケージ」では、基地局情報を活用した高度な滞在エリア推定により、以下の分析を定量的に実行可能です。

1. **出発地分析:** ユーザーの居住地を市区町村粒度で見える化し、プロモーションの効果検証に寄与
2. **周遊分析:** 任意の地点計測により、エリア内をどのような経路で周ったかを把握
3. **ユーザー属性・決済分析:** 性年代などのデモグラ情報に加え、ドコモの決済データを活用した購買活動や趣味嗜好の可視化

これにより、自治体や企業の皆様は、勘や経験に頼らない**数値的根拠に基づいた施策立案や、客観的な振り返り**が可能となります。

■ダウンロード方法

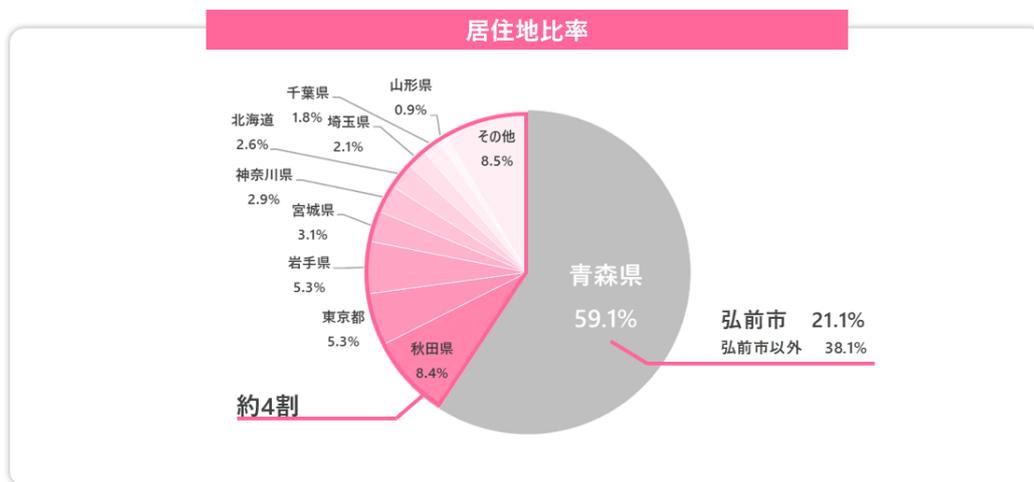
以下のリンクから無料でダウンロードできます。

https://canvas.d2cr.co.jp/whitepaperlist/ddpreport_cherryblossomfestival/

資料抜粋

ドコモデータ | 来訪者分析：居住地比率

約4割を青森県外からの来訪者が占めている。上位は東北および関東圏。
弘前市民の構成比は約2割にとどまり、地元住民よりも広域からの花見来訪者が多いことが伺える。



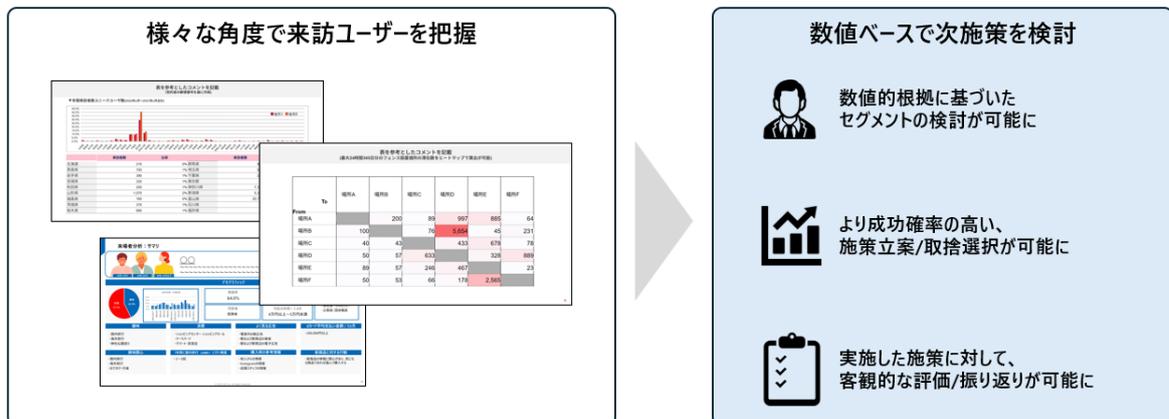
※出典：ドコモデータ 集計対象期間＝弘前さくらまつり開催期間：2025年4月16日～5月5日

© 2026 D2C Inc. All Rights Reserved.

11

イベント・観光分析パッケージ

イベントによる周囲の影響や、観光地の現状を数値ベースで把握し、
様々な情報を基により効果的な施策検討が行えます。



© 2026 D2C Inc. All Rights Reserved.

21

今後も D2C グループでは、ドコモデータに基づく高精度なターゲティングやドコモメディア特性を生かした商品開発に取り組み、広告主の多様なニーズに応じてまいります。

■「ドコモデータ」について

株式会社 D2C が、ドコモから提供を受けている第三者提供に同意されたユーザーデータ(広告識別子・属性情報・位置情報・行動履歴など)。1 億超(2025 年 9 月末時点の d ポイントクラブ会員)の会員基盤を持ち、属性データ(性別、年齢など)だけでなくキャリアならではの位置情報・購買履歴などの実行データを保有しており、ドコモデータを活用した業種別広告商品の取り扱いも行っています。なお、これらのドコモデータには個人が特定されるデータは含まれておりません。

■docomo data square®とは

「docomo data square®」とは、ドコモが保有する利用者データとユーザーの属性や行動、興味関心が推定できる AI を組み合わせ、ターゲットを分析し統計情報を可視化できるサービスです。正確で多彩なドコモデータを活用することで、オンラインとオフラインを統合したデータ分析を実現します。これにより、広告配信前後のプランニングや効果検証、位置情報を活用した特定エリアの人流分析など、企業のマーケティング活動を強力にサポートします。

株式会社 D2C について

2000 年 6 月 1 日、株式会社 NTT ドコモ、株式会社電通、株式会社 NTT アドの 3 社合併で設立。2026 年 1 月より株式会社 CARTA HOLDINGS の子会社となる。D2C では主に NTT ドコモが保有するデータを起点とした広告マーケティングソリューションの企画開発事業を中心に、戦略立案からメディアプランニング、データ活用、クリエイティブ、CX など、デジタル領域を中心に幅広いマーケティング支援を展開しています。

URL : <https://www.d2c.co.jp/>

※株式会社 D2C は、2025 年 10 月 1 日付で、株式会社 D2C R および株式会社 D2C ID と合併いたしました。以下のサイトでは、D2C の各事業領域に関する有益な情報を引き続き発信しております。

- D2C マーケティングエージェンシー事業 : <https://www.d2cr.co.jp/>
- ↳ Web マーケティングメディア「CANVAS」 : <https://canvas.d2cr.co.jp/>
- D2C マーケティング&クリエイティブ事業 : <https://www.d2cid.co.jp/>

本件に関するお問い合わせ先

株式会社 D2C マーケティング&クリエイティブ事業本部 広報担当

E-mail: info-agency@d2c.co.jp

