

年代でくつきり人気エリア:伏見稲荷は10代・20代、京都御所は50代以上
インテージ、「位置情報」で京都旅行者を分析
～共通理由は〇〇映え 若年層引き付ける「伏見稲荷、道頓堀、USJ周遊」～

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚純晃、以下:インテージ)は、日本を代表する観光地・京都を訪れた旅行者の実態を、国内旅行・観光市場の実態について「行動」と「意識」の両面から精緻に捉えられるデータサービス「うご-kit」のデータソースである位置情報と、旅行者属性情報を用いて分析いたしました。その結果をご紹介します。

[ポイント]

- ◆10～20代の旅行者が半数占める伏見稲荷エリア、50代以上が4割の京都御所エリア
- ◆伏見稲荷エリア訪問者は道頓堀、USJへ足を伸ばす人が京都御所エリア訪問者より多い

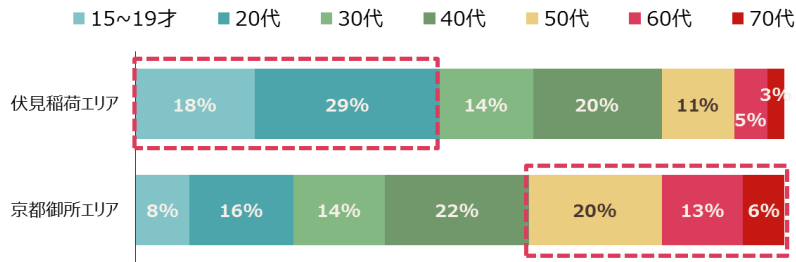


10～20代の旅行者が半数占める伏見稲荷エリア、50代以上が4割の京都御所エリア

祇園、嵐山、清水寺など、いくつもの見どころを擁する京都。各エリアを訪れる旅行者の年代に違いはあるのでしょうか。「うご-kit」の位置情報と旅行者属性情報から調べてみました。特徴的な違いが見られたのは「伏見稲荷エリア」と「京都御所エリア」でした(図表1)。

図表1

伏見稲荷エリア vs. 京都御所エリア ・旅行者の年代構成比



【対象者】男女15歳~79歳の旅行者
(携帯電話基地局の位置情報で対象期間内の50km以上移動者)
【対象エリア】京都御所周辺・伏見稲荷周辺
【期間】2017年8月 1ヶ月間
【時間】14時台
【データソース】・モバイル空間統計 ・di-PiNK

伏見稲荷エリアは若年層の多さが目立ち、10~20代で47%と訪問者のほぼ半分を占めていました。一方で、京都御所エリアは50代以上の来訪が特に多く、約4割を占めていることがわかりました。

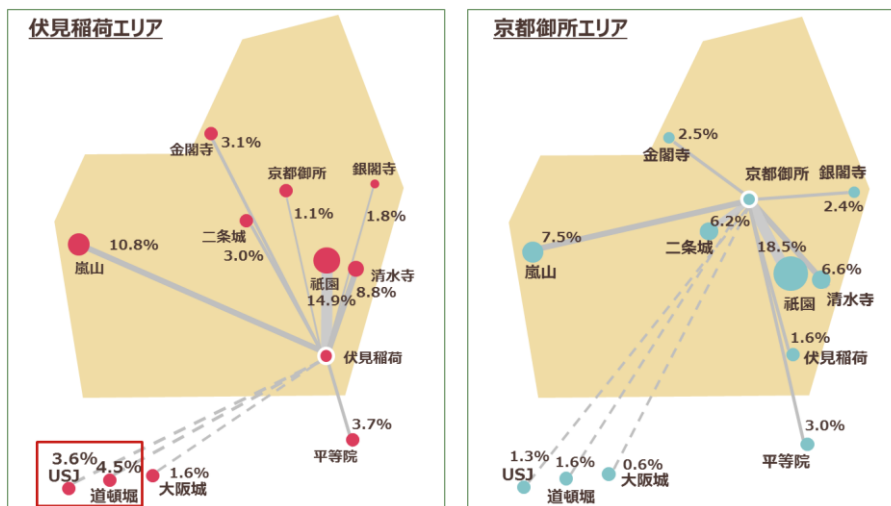
伏見稲荷大社は“フォトジェニック”な観光スポットとして千本鳥居が有名で、旅行口コミサイトのトリップアドバイザーの「外国人に人気の日本全国・観光スポット」の最新ランキングでも1位を獲得する人気スポット。“SNS映え”の要素が若年層を引き付けている一因かもしれません。実際、インスタグラムでの「#伏見稲荷大社」投稿数は約41万件なのに対し、「#京都御所」は約4万件(2018年11月2日時点)と十分の一にとどまっています。フォトジェニックな伏見稲荷大社に対し、京都御所エリアはゆっくり庭園や歴史の舞台の内部を味わうような場所。そのエリアの楽しみ方の違いが、異なる客層を呼び込んでいることが、この分析結果から見えてきます。

伏見稲荷エリア訪問者は道頓堀、USJへ足を伸ばす人が京都御所エリア訪問者より多い

旅の楽しみ方が違えば、観光ルートも変わってきます。図表2は「うご-kit」の位置情報を使って伏見稲荷エリア、京都御所エリアを訪れた人がそれぞれ、次にどの観光地(京阪神の主要観光エリア)へ移動したかを分析した結果です。

図表 2

伏見稲荷エリア vs. 京都御所エリア ・旅行者が次に訪れたエリア



【対象者】男女15歳~79歳の旅行者
(携帯電話基地局の位置情報で対象期間内の50km以上移動者のうち、伏見稲荷エリア、京都御所エリアの14時台来訪者)
【対象エリア】京都府、大阪府、兵庫県観光エリア
※伏見稲荷エリアからの移動の多い上位10エリアのみ表示
【期間】2017年8月 1ヶ月間
【データソース】・モバイル空間統計 ・di-PiNK

伏見稲荷エリアを訪れた人は、京都御所エリアを訪れる人と比べ、次に道頓堀エリアやUSJエリアといった大阪府の観光スポットに移動することも多く、旅における行動範囲が比較的に広い様子であることがわかります。10~20代の若年層が“SNS映え”も申し分ない、関西有数の繁華街やテーマパークまで足を伸ばして楽しんでいる姿が目に見えます。

ここに掲載していないデータを含む記事をインテージのオウンド・メディア「Intage 知る gallery」で公開しています。
「観光マーケティングに欠かせないデータ分析の視点とは？」をあわせてご参照ください。<https://www.intage.co.jp/gallery/>

使用したデータ/関連プラットフォーム

【うご-kit】<https://www.intage.co.jp/industry/tour/ugo-kit/>

旅行観光マーケティングを支援するサービス。位置情報と詳細属性とアンケートを組み合わせ、行動と意識の両面から国内旅行・観光の実態を捉えることが可能なデータサービスです。分析結果をベースに有望なターゲット層に対する広告配信も可能です。



【モバイル空間統計】 <https://www.intage.co.jp/service/platform/mobile-kukan-toukei/>

モバイル空間統計とは、ドコモの携帯電話ネットワークのしくみを使用して作成される人口の統計情報です。日本全国の人口を24時間365日把握することができます。国内人口※1は性別・年齢層別・居住地域別、訪日外国人※2は国・地域別の人口構成を知ることができます。

※1 約7,600万台(2018年3月現在の運用データから、法人名義やMVNOの契約データ等を除去して推計)

※2 約750万台(2017年実績)の運用データを基に推計

※「モバイル空間統計」は株式会社NTTドコモの登録商標です。

【di-PiNK(ディーアイピンク)】 <http://www.di-pink.com/>

ドコモの位置情報やサービス利用情報、アンケート回答データ、インテージが保有する生活者購買データ、TV・新聞も含めたメディア接触データ、提携先から提供される3rd Partyデータ等、Webとリアルデータを統合したDMPです。di-PiNKを活用すると、ユーザーニーズや顧客像を知る手がかりを得て、生活者のインサイト(新たな発見)を可視化することができます。また、これを基に生活者へのコミュニケーションを高度化することにより、既存ユーザーや見込み顧客に対してシームレスにコミュニケーションを図ることができるようになります。

※「di-PiNK」は株式会社ドコモ・インサイトマーケティングの登録商標です。

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、「Create Consumer-centric Values ~お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、さまざまな業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、共に生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:西澤

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>

【本レポートおよびサービスに関するお問い合わせ】

■株式会社インテージ DCG・サービス事業本部 旅行・レジャー担当チーム

メールアドレス: travel-support@intage.co.jp