

# 第22回ビッグデータ等の利活用推進に関する 産官学協議のための連携会議

## 「人流データとしてのSNS投稿データ分析と活用事例」

株式会社ナイトレイ  
Yutaka Ishikawa, CEO



1

ナイトレイの事業領域と特徴/強み

2

人流データ分析ソリューションと利用ニーズ

3

SNS解析データを活用した人流データ分析事例のご紹介

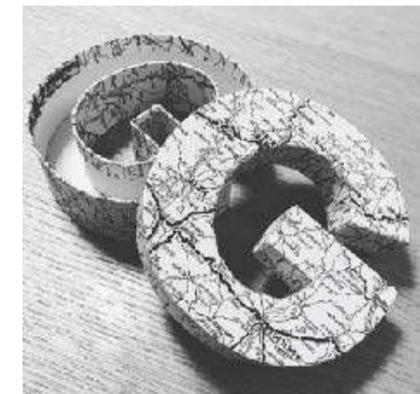


株式会社ナイトレイ  
代表取締役 石川 豊 (Yutaka Ishikawa)

1983年生まれ、新潟市出身。幼少期から地図帳や自然地理が大好き。  
2005年にネットエイジ（現ユナイテッド）に入社。  
2011年ナイトレイを創業、ロケーションインテリジェンス事業として  
位置情報に特化したデータ収集解析エンジンを独自開発し、  
国内の消費者行動データや人気施設データを提供を開始。

2015年に訪日外国人行動分析サービス「inbound insight」、  
2020年に国内生活者旅行者分析サービス「CITY INSIGHT」、  
2024年には地域の人流がわかるAIブレストパートナー  
「CITY INSIGHT Copilot」をリリース。

10,000社以上の企業や自治体に対してインバウンド対策・  
国内観光戦略策定・MaaS・まちづくり・スマートシティ・コロナ対策などのテーマで  
データソリューションによる地域活性化支援を行い、ロケーションビッグデータ  
（人流データ）の活用可能性を追求し続けている。



電通大学 データアントレプレナー実践論 非常勤講師（2015年～）

# Our MISSION

人々の生活を豊かに、社会をよりスマートに。

ロケーションビッグデータとテクノロジーの可能性に挑戦し  
世界中に新たな驚きとイノベーションを届ける

会社名	株式会社ナイトレイ
創業	2011年1月
所在地	東京都渋谷区南平台町15-11
代表取締役	石川豊
株主構成	創業者 (石川) ニッセイキャピタル SMBCベンチャーキャピタル りそなキャピタル 新潟ベンチャーキャピタル 広島ベンチャーキャピタル 南都銀行 横浜キャピタル SGインキュベート、等
従業員数	30名

ロケーションインテリジェンス事業  
(地域活性化支援ソリューション)

## CITY INSIGHT



国内観光  
インバウンド対策  
領域



MaaS  
領域



まちづくり  
領域

人流データによる地域活性化支援サービス「CITY INSIGHT（シティインサイト）」を提供  
コンサルティングサービスと、生成AIを活用したソフトウェアソリューションの二本柱

まちと人を知るために。

CITY INSIGHTは最新ロケーションビッグデータを用いて  
地域の生活者や、日本人・訪日外国人旅行者の  
移動・滞在傾向を読み解くことができるコンサルティング型サービスです。  
MaaS/まちづくり/スマートシティ/観光対策/DXなど  
様々なテーマで地域活性化を目指す皆様にサポートします。

支援事例

### CITY INSIGHT コンサルティング サービス紹介

分析の結果を知りたい  
分析レポート

自分で分析したい  
解析データ提供

<https://cityinsight.nightley.jp>

## 人流データとAIテクノロジーですべての地域の未来を支える

地域の人流がわかるAIベストパートナー

### CITY INSIGHT Copilot

<https://cityinsight.nightley.jp/copilot>



# 保有データと多様なデータホルダーとのパートナーシップ

特許技術によりSNS投稿データを人流データとして収集解析した独自データベースを保有  
更に多様なデータホルダーとの業務提携を実現し、ワンストップで提供可能

周遊・滞在データ	キャリアGPSデータ	 モバイル空間統計™ <b>KDDI Location Data</b>  全国うごき統計
	アプリGPSデータ	<b>Jorte</b> <b>NAVITIME</b>  ブログウォッチャー <b>Azira</b> ™
	車両走行データ	<b>HDDS</b> Honda Drive Data Service <b>YAZAKI</b>
消費データ	クレジットカード消費データ	 <b>SMBC</b> <b>三井住友カード</b>  <b>mastercard.</b>
定性データ /感情データ	位置情報解析済み SNSデータ	
	Webアンケートデータ	<b>GMO RESEARCH</b>  <b>トリマリサーチ</b>

## B2C企業・自治体

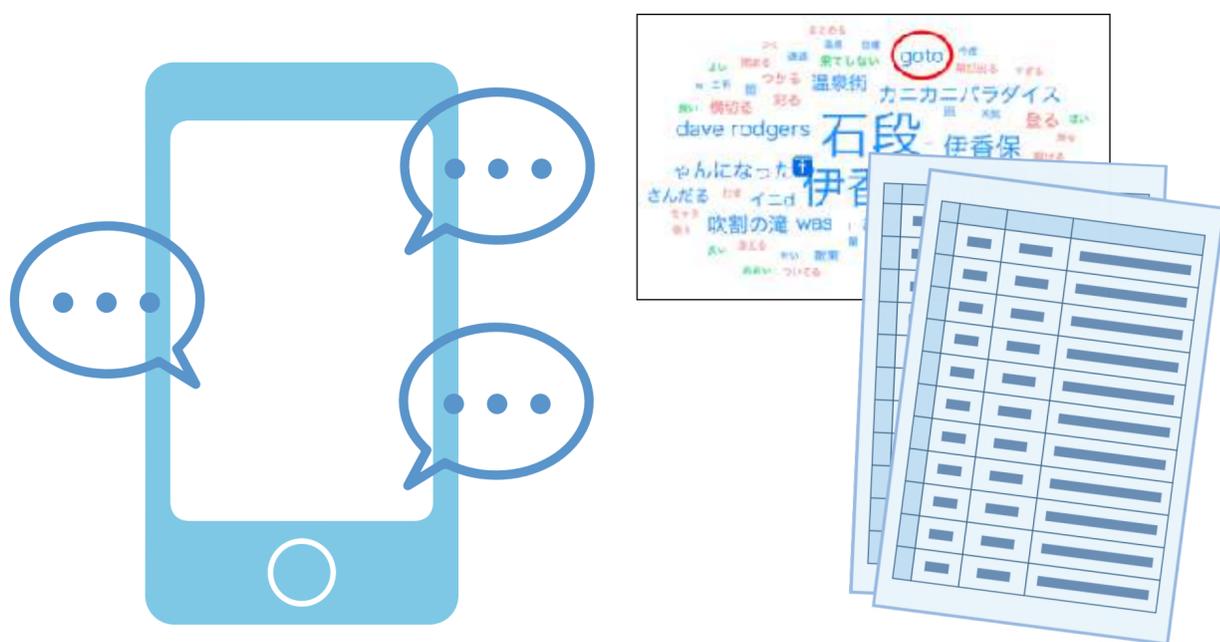


## ソリューション企業



X（旧Twitter）に公開投稿されている最新データと過去データを独自に収集し、特許技術を用いて人流データとして解析したデータベース

## 一般的なSNSデータ分析



X/Twitter等のSNS上の公開投稿データを、テキスト/画像データとして収集したもの。大量のテキストデータから頻出ワード、ポジネガ、時系列比較などで消費者の生の声を分析できるが、地理空間な分析は苦手。

## ナイトレイのSNS解析データ



SNS投稿データのうち位置情報/人流データのみを提供。特定地域の人気施設/カテゴリ分析、旅行者感情分析、生活者感情分析、訪日外国人分析、移動パターン分析、感情分析などが可能。

1

ナイトレイの事業領域と特徴/強み

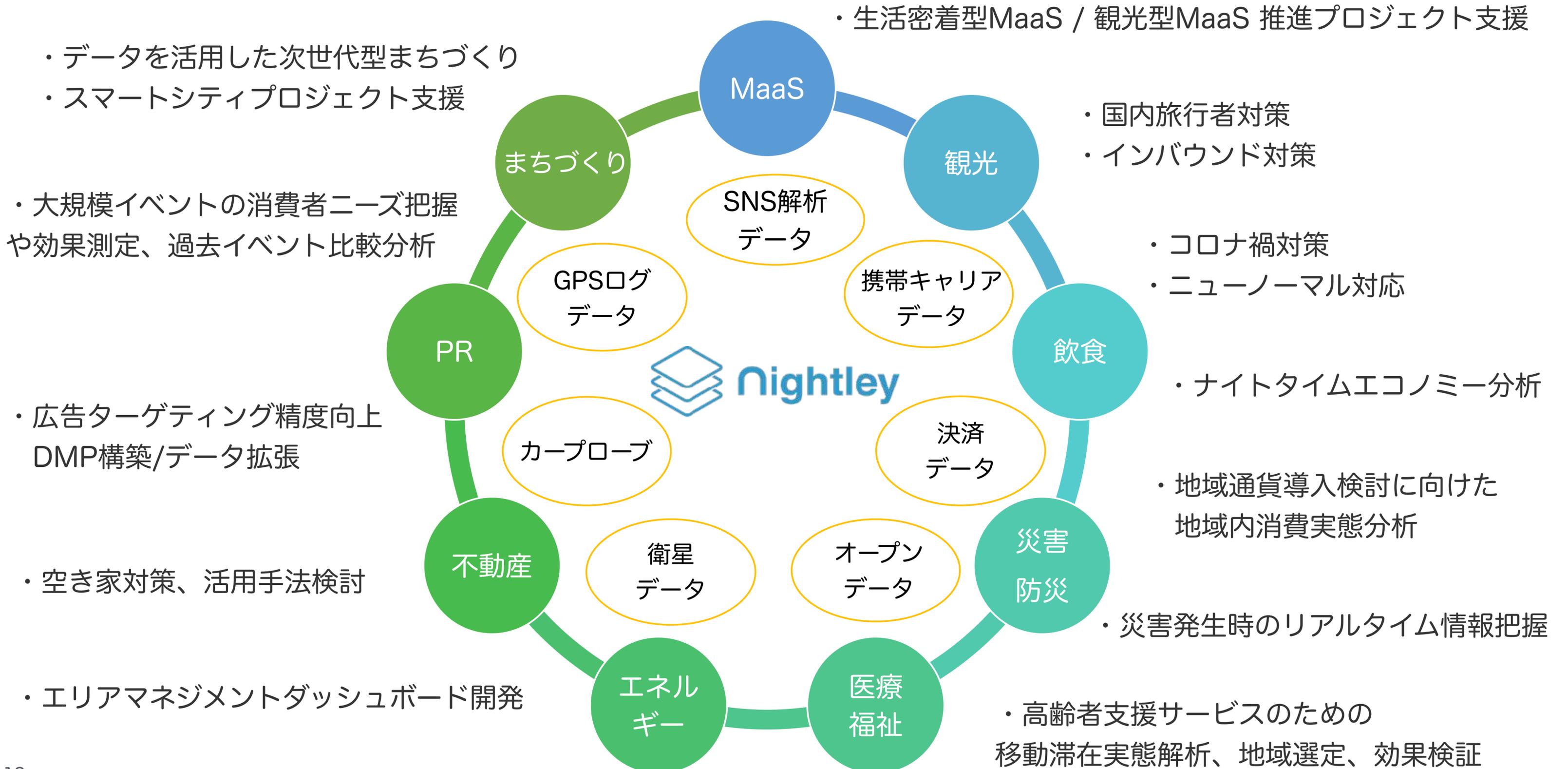
2

人流データ分析ソリューションと利用ニーズ

3

SNS解析データを活用した人流データ分析事例のご紹介





特定地域での観光促進やまちづくりにおいて、施策実施前後の変化を定量的に可視化  
効果検証ができるため、現状把握や課題解決支援に使用されるケースが多い

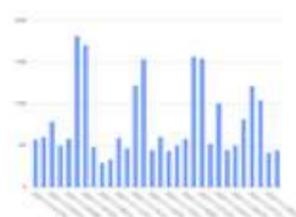
## 動態調査と情報収集

(データ分析)

Where(どこに)



When(いつ)



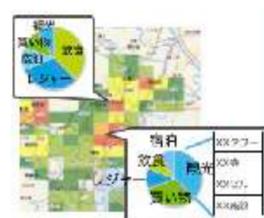
Who(誰が)



How(どの様に)



What(何を)



## 現状把握

(課題と強みの明確化)

強み

課題

ターゲット

トレンド

## 戦略検討・施策実行

(データ活用ソリューション)

プロモーション強化

受入環境整備

マスタープラン

効果検証

特徴の違う人流データを掛け合わせることで、より良い分析/アウトプットが可能

## 滞在人数データ

(どこに、どんな人が、何人いたか)

分かること：国籍/時間帯別の滞在者数や傾向



市区町村単位

メッシュ単位



## 消費金額データ

(どこで、誰が、いくら使っているか)

分かること：地域別・町丁目別・時系列の消費傾向  
国籍別・業種別の消費傾向



33業種別

利用者数

利用金額

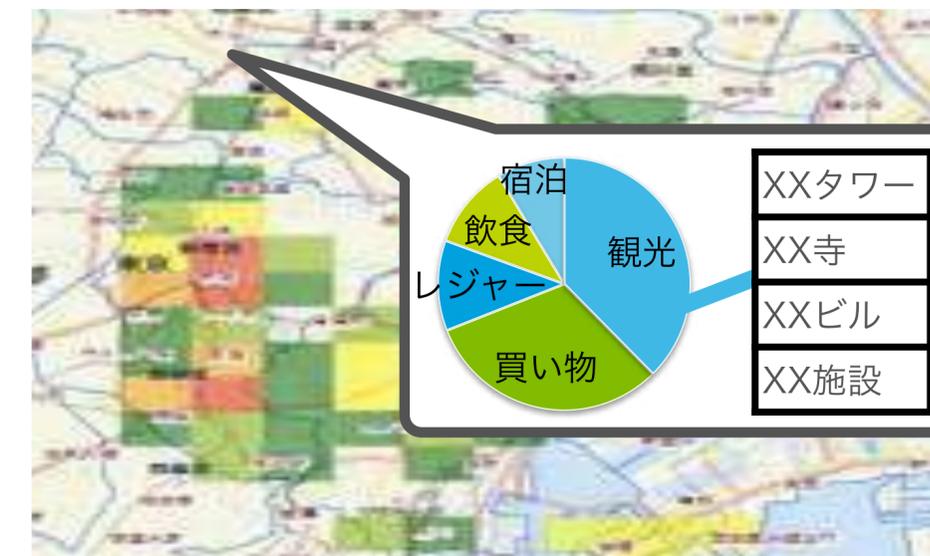
利用件数

利用単価

## 定性データ/感情データ

(どこで、どんな人が、何を感じているか)

分かること：エリア内の人気施設、時間的傾向

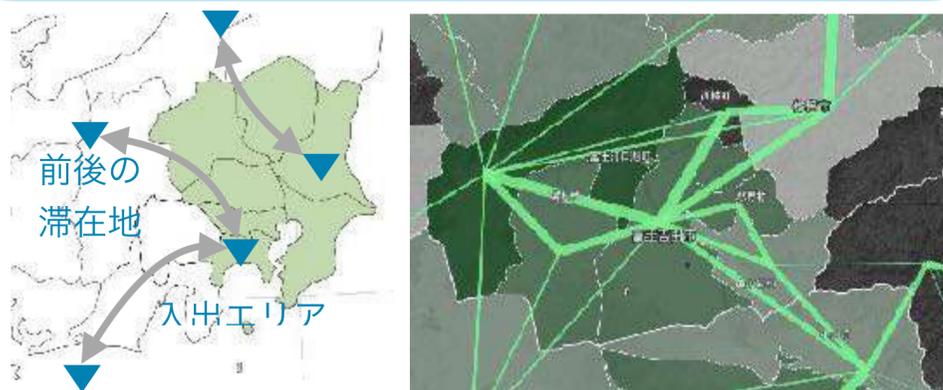


分かること：エリア内の人気施設、時間的傾向

## 移動/周遊データ

(移動経路、移動パターン、移動手段推定、等)

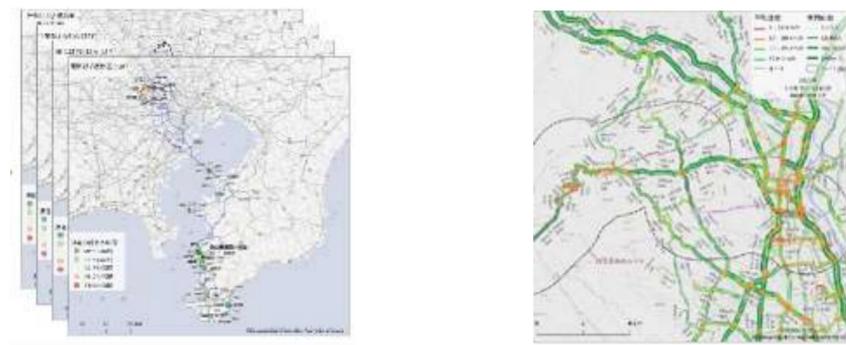
分かること：前後滞在地や域内での行動傾向



## 車両走行データ

(乗用車/商用車、移動経路、滞在、速度、渋滞)

分かること：特定施設来訪者の周遊傾向  
道路交通量や混雑状況の可視化



「浅草のたい焼きはかわいい」



「渋谷スクランブル・すごい人」

特に人流データとしてSNS解析データを利用すると、地域を「定性的/感情的」に分析できる

### 滞在人数データ (どこに、どんな人が、何人いたか)

分かること：国籍/時間帯別の滞在者数や傾向

メッシュ単位  
市区町村単位

### 消費金額データ (どこで、誰が、いくら使っているか)

分かること：地域別・町丁目別・時系列の消費傾向  
国籍別・業種別の消費傾向

33業種別

利用者数	利用金額
利用件数	利用単価

### 定性データ/感情データ (どこで、どんな人が、何を感じているか)

分かること：エリア内の人気施設、時間的傾向

宿泊  
飲食  
レジャー  
買い物  
観光

- XXタワー
- XX寺
- XXビル
- XX施設

分かること：エリア内の人気施設、時間的傾向

「浅草のたい焼きはかわいい」

「渋谷スクランブル・すごい人」

### 移動データ (移動経路、移動パターン、移動手段推定、等)

分かること：移動手段、移動傾向、滞在時間

前後の滞在地  
入出エリア

### 車両走行データ (乗用車/商用車、移動経路、滞在、速度、渋滞)

分かること：特定施設来訪者の周遊傾向  
道路交通量や混雑状況の可視化

1

ナイトレイの事業領域と特徴/強み

2

人流データ分析ソリューションと利用ニーズ

3

SNS解析データを活用した人流データ分析事例のご紹介



## SNS解析データを使用してできること、他データと掛け合わせた分析事例をご紹介します

### SNS解析データ × まちづくり

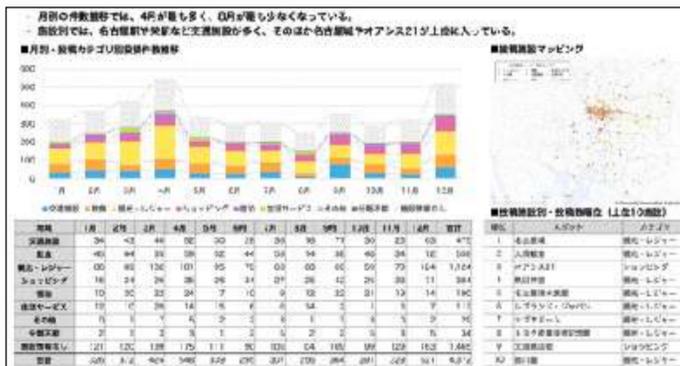
#### ■ コロナ禍における活用事例（東京都）



### SNS解析データ × インバウンド対策

#### ■ 2023年：訪日外国人の行動実態調査事例（名古屋市）

SNS解析データとクレジットカード決済データやアプリGPSデータを掛け合わせて分析し、名古屋を訪れる訪日外国人観光客の動態を調査



### SNS解析データ × 観光

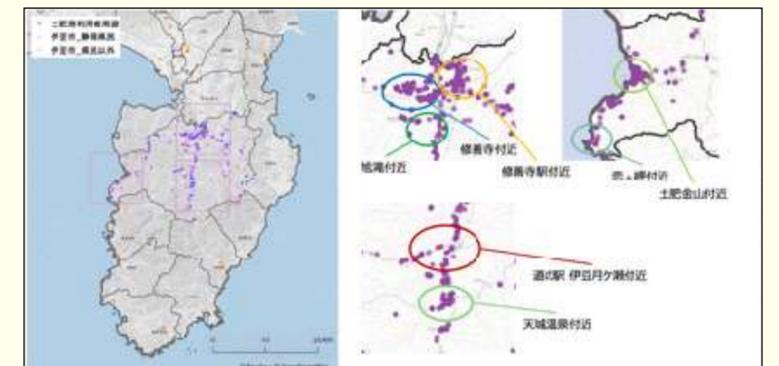
#### ■ 2021年：観光客動態調査（群馬県）

「Withコロナ」時代における観光施策検討を行うため、SNS解析データとアプリGPSデータを用いて、コロナ禍前後の比較分析を実施



#### ■ 2022年：駿河湾フェリー利用者の観光動態調査（静岡県）

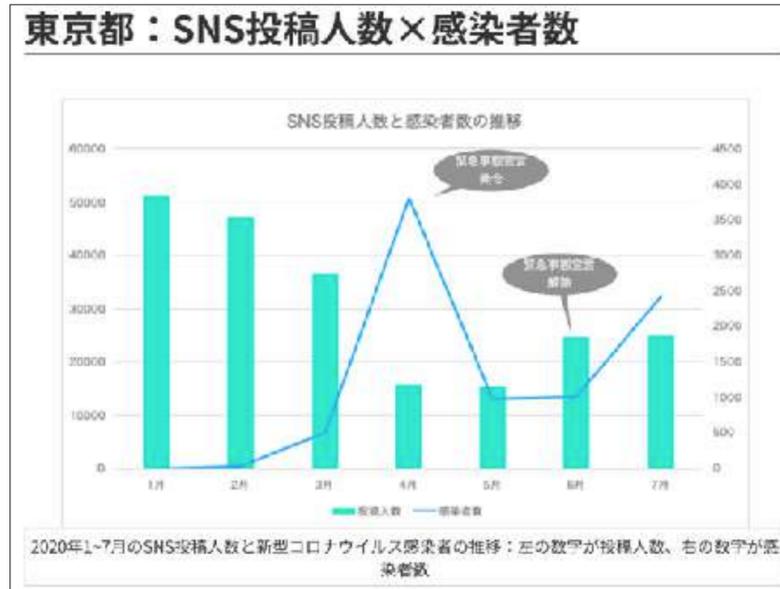
伊豆半島の土肥港側の二次交通の改善や駿河湾フェリー利用者数の拡大に向けた施策検討の基礎データとしてSNS解析データとアプリGPSデータを用いた分析を実施



## 緊急事態宣言中と緊急事態宣言明けのSNS投稿数を比較し、増減率を分析

新型コロナウイルス感染症で変化した東京都の滞在を分析する  
ロケーションビッグデータから見る  
新型コロナウイルス感染症の影響分析  
＜東京都編＞

解析期間  
新型コロナウイルス感染症流行前（2020年1月から）  
最新データ（2020年8月2日まで）



2020年1月			2020年4月			2020年7月		
スポット名	投稿人数	カテゴリ	スポット名	投稿人数	カテゴリ	スポット名	投稿人数	カテゴリ
1 神田明神	1780	観光	1 ヨドバシカメラ マルチメディア Akiba	166	ショッピング	1 ヨドバシカメラ マルチメディア Akiba	359	ショッピング
2 東京ドームシティホール	1039	レジャー	2 アップガレージ 横浜町田総本店	82	ショッピング	2 中野サンプラザホール	237	レジャー
3 国立代々木競技場 第一体育館	812	レジャー	3 秋葉原UDXパーキング	55	その他	3 神田明神	202	観光
4 Zepp Tokyo	906	レジャー	4 いたしゃとおり	47	宿泊	4 秋葉原UDXパーキング	191	その他
5 ヨドバシカメラ マルチメディア Akiba	766	ショッピング	5 食神 餃子王	45	飲食	5 神田明神ホール	148	レジャー
6 秋葉原UDXパーキング	550	その他	6 神田明神	44	観光	6 AKIHABARAゲームズ	143	ショッピング
7 Zepp DiverCity	683	レジャー	7 キッチン DIVE	43	飲食	7 ベルサール新密グランド	135	その他
8 東京ドーム	594	レジャー	8 東京スカイツリー	41	観光	8 TSUTAYA O-EAST	128	レジャー
9 AKIHABARAゲームズ	534	ショッピング	9 AKIHABARAゲームズ	39	ショッピング	9 アップガレージ 横浜町田総本店	127	ショッピング
10 中野サンプラザホール	414	レジャー	10 Ramen Fujimaru	38	飲食	10 アトレ秋葉原1	107	ショッピング

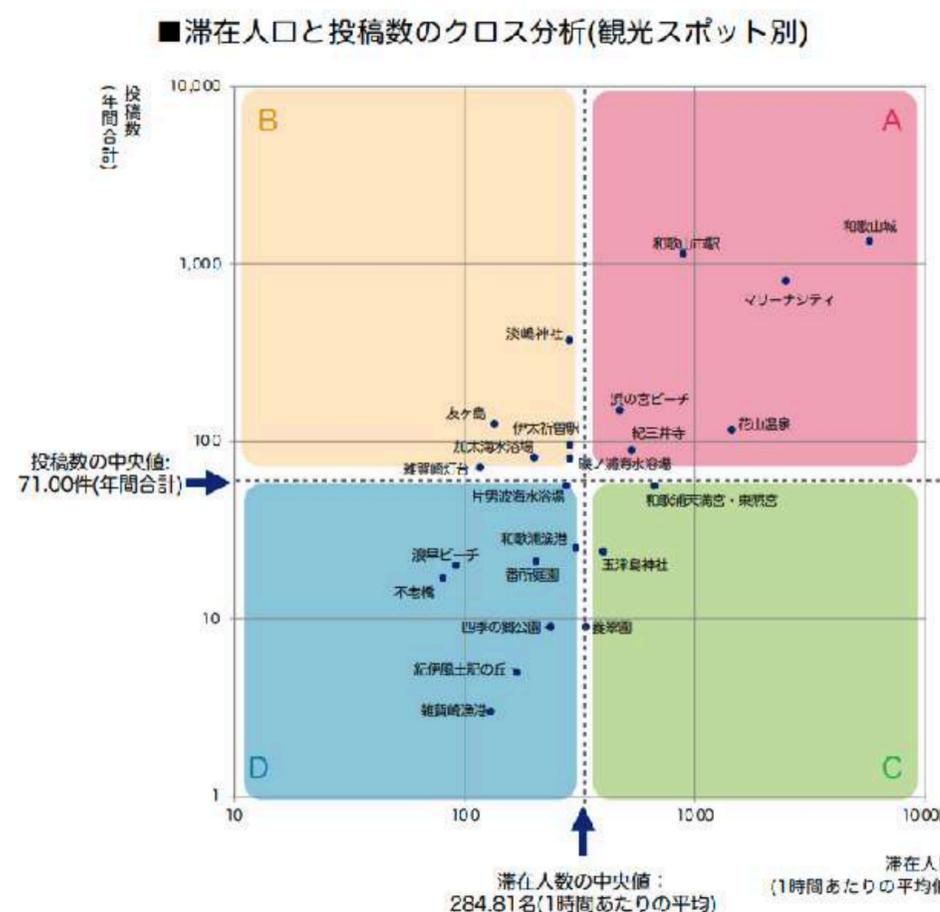
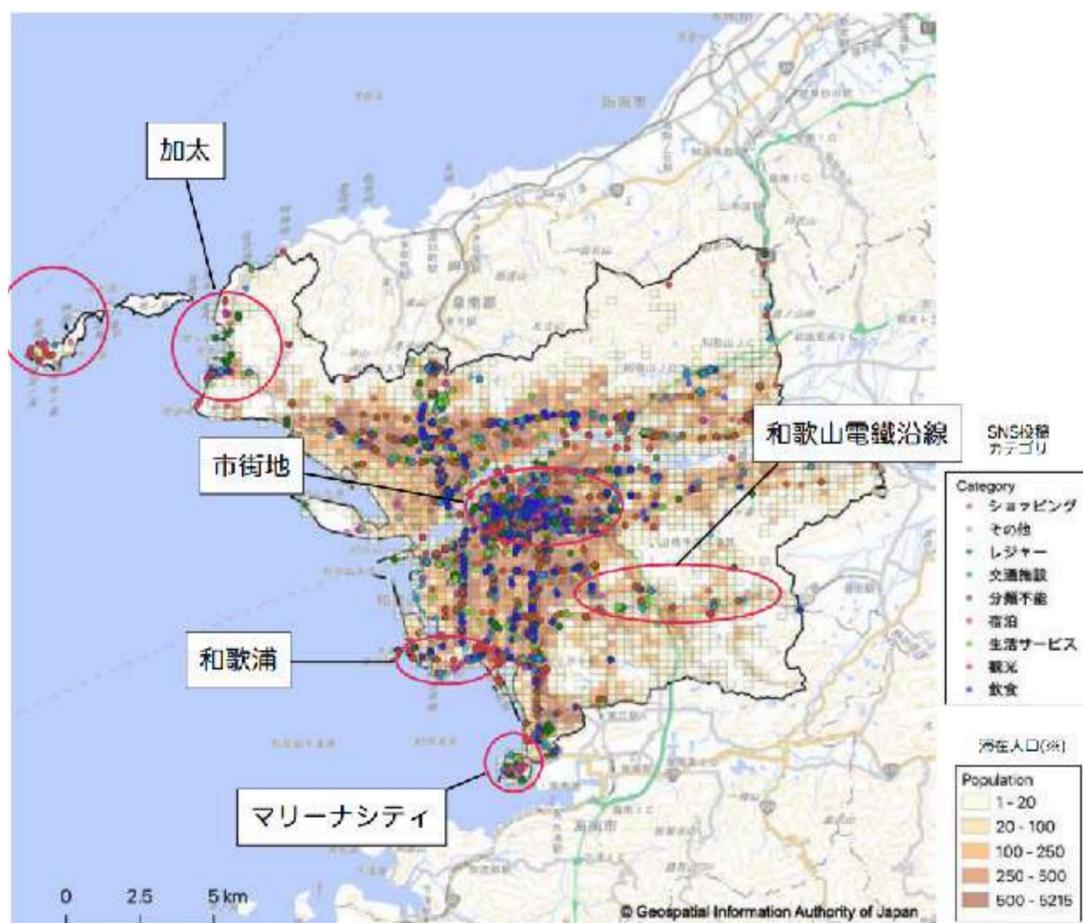
SNS投稿数より緊急事態宣言中（4月）および緊急事態宣言前後（1月・7月）の人気施設ランキングを作成。  
1月・7月はレジャー項目が上位に入っているのに対して、緊急事態宣言中はレジャー施設が上位に入っていないことがわかる。（左表の赤色がレジャー施設）

本事例はCITY INSIGHT HPにも掲載中

◆掲載先：[https://cityinsight.nightley.jp/cases1/t9cD\\_Xlx](https://cityinsight.nightley.jp/cases1/t9cD_Xlx)

# 事例：和歌山市 観光客動態調査（2021）

アプリGPSデータ×SNS解析データにより地域/観光ポテンシャル分析を実施  
 データでこれから注力すべきターゲット、深掘りすべきポイントを明らかにし  
 今後のマーケティング戦略策定を支援



<b>A</b> 投稿・滞在 共に多い	投稿数・滞在人口共に多い観光スポット。すでに観光スポットとして訴求されており和歌山城、マリーナシティ、紀三井寺など定番のスポットが該当する。また、交通機関である和歌山市駅も該当し
<b>B</b> 投稿多いが 滞在少ない	滞在人口は少ないものの、投稿数が多い観光スポットとしての知名度は高くないがでは来訪者が多くなる可能性が高いと言え友ヶ島、加太海水浴場、雑賀崎灯台、淡嶋
<b>C</b> 滞在多いが 投稿少ない	滞在人口は多いものの、投稿数が少ない観光スポットとしての知名度は比較的高いが、一方で訴求力に課題等を通じて課題を洗い出す必要がある和歌浦天満宮・東照宮、玉津島神社、養翠
<b>D</b> 投稿・滞在 共に少ない	投稿数・滞在人口共に少ない観光スポット知名度、訴求力共に課題があると言える。浪早ビーチ、不老橋、番所庭園などが該当ただし、浪早ビーチはDグループの中ではコンテンツも存在すると言える。

本事例は和歌山市様HPにも掲載中

◆掲載先：<http://www.city.wakayama.wakayama.jp/kankou/1034265/index.html>

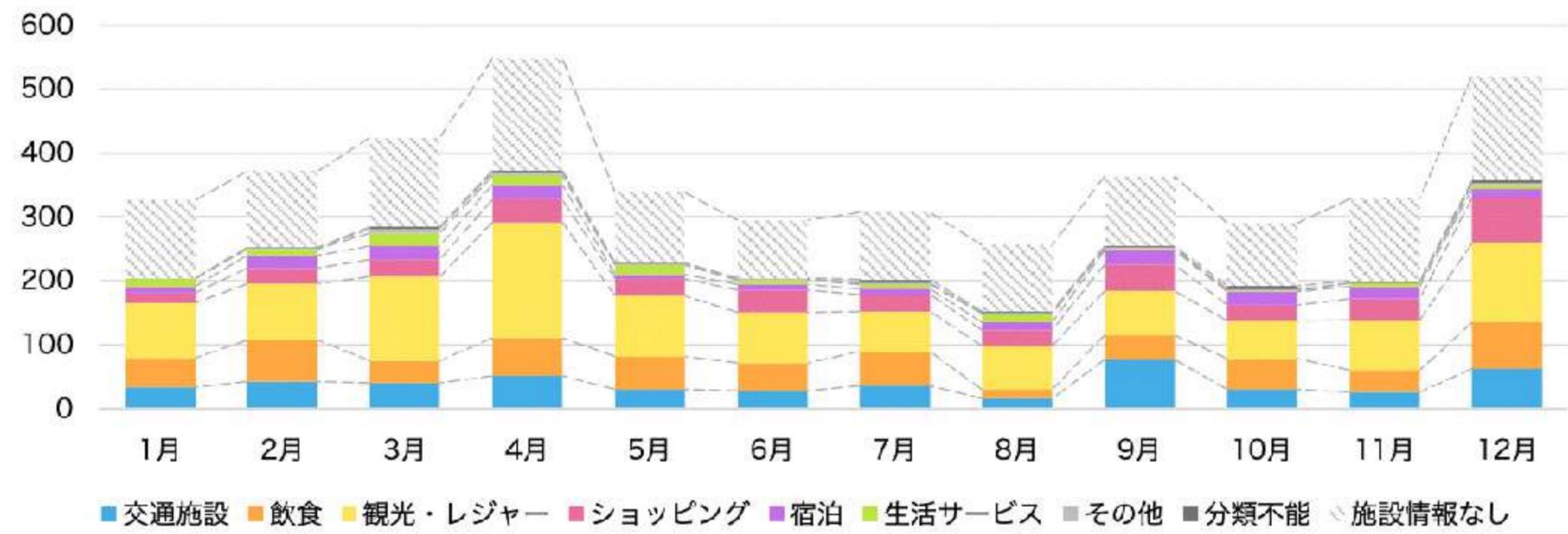
# 位置情報ビッグデータ分析による 名古屋市内における 訪日外国人の行動実態調査事例

【SNS解析データ/クレジットカード決済データ/アプリGPSデータ】  
コロナ禍以降にインバウンド需要拡大の機会が見込まれていることから、  
2019年の訪日外国人の人流データを使用し、本格的な訪日客増加前に  
行動実態把握を目的として調査を実施

名古屋まちづくり公社  
名古屋都市センター

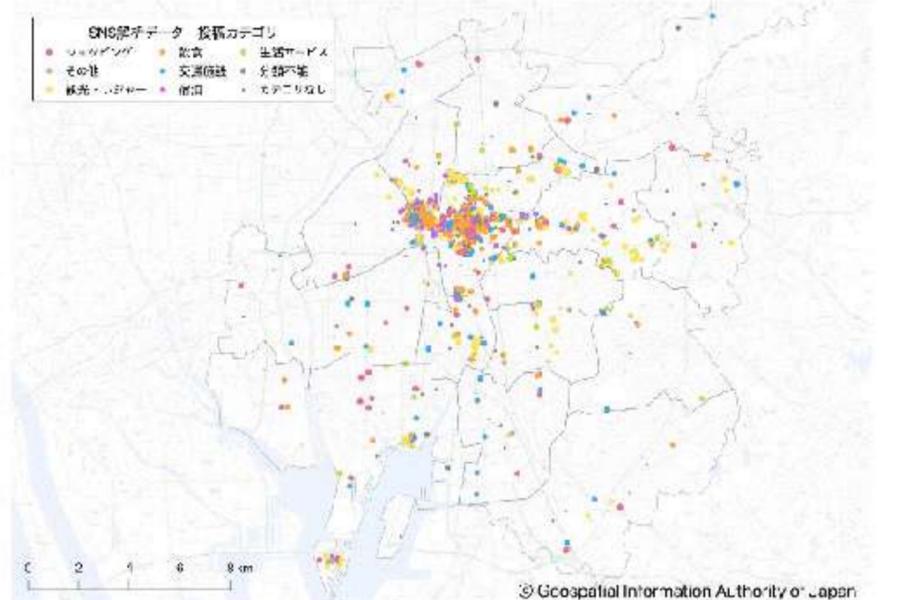
SNSの投稿から投稿施設カテゴリーを判定し、カテゴリー別に投稿数を分析  
 施設別では名古屋城からの投稿数が多いことがわかった

■月別・投稿カテゴリー別投稿件数推移



地域	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
交通施設	34	43	40	52	30	28	36	16	77	30	26	63	475
飲食	45	64	35	59	52	44	53	14	38	48	34	72	558
観光・レジャー	86	89	132	181	95	79	63	68	69	59	79	124	1,124
ショッピング	16	24	26	35	26	34	27	25	42	25	33	71	384
宿泊	10	20	22	24	7	10	9	12	22	21	19	14	190
生活サービス	12	10	20	14	15	6	6	14	2	1	6	7	113
その他	0	1	7	5	2	2	3	1	3	3	0	2	29
分類不能	2	1	3	3	1	2	5	2	2	5	3	5	34
施設情報なし	121	120	139	175	111	90	105	104	109	99	129	163	1,465
合計	326	372	424	548	339	295	307	256	364	291	329	521	4,372

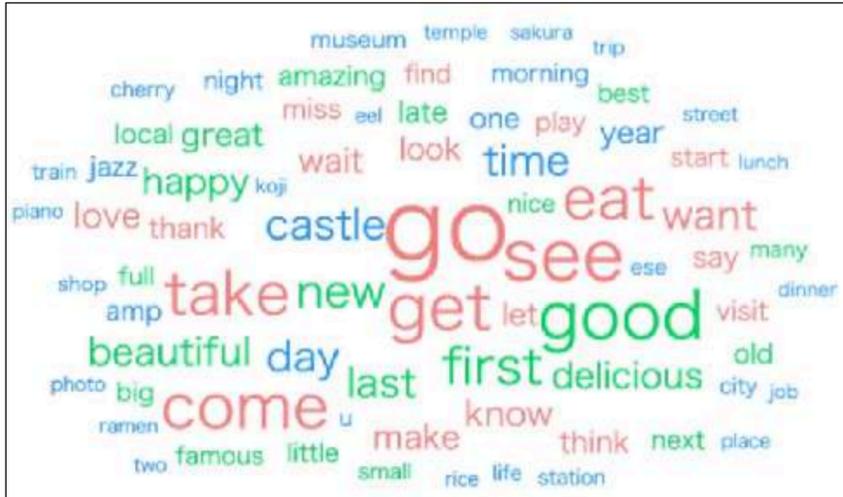
■投稿施設マッピング



■投稿施設別・投稿数順位（上位10施設）

順位	スポット	カテゴリ	投稿件数
1	名古屋城	観光・レジャー	285
2	大須観音	観光・レジャー	91
3	オアシス21	ショッピング	72
4	熱田神宮	観光・レジャー	72
5	名古屋港水族館	観光・レジャー	65
6	レゴランド・ジャパン	観光・レジャー	54
7	ナゴヤドーム	観光・レジャー	51
8	トヨタ産業技術記念館	観光・レジャー	36
9	大須商店街	ショッピング	35
10	徳川園	観光・レジャー	31

投稿内容（テキスト）からどのようなキーワードが多いかを抽出し、ポジティブな感情を含む投稿数やよく使用されるキーワードを分析した

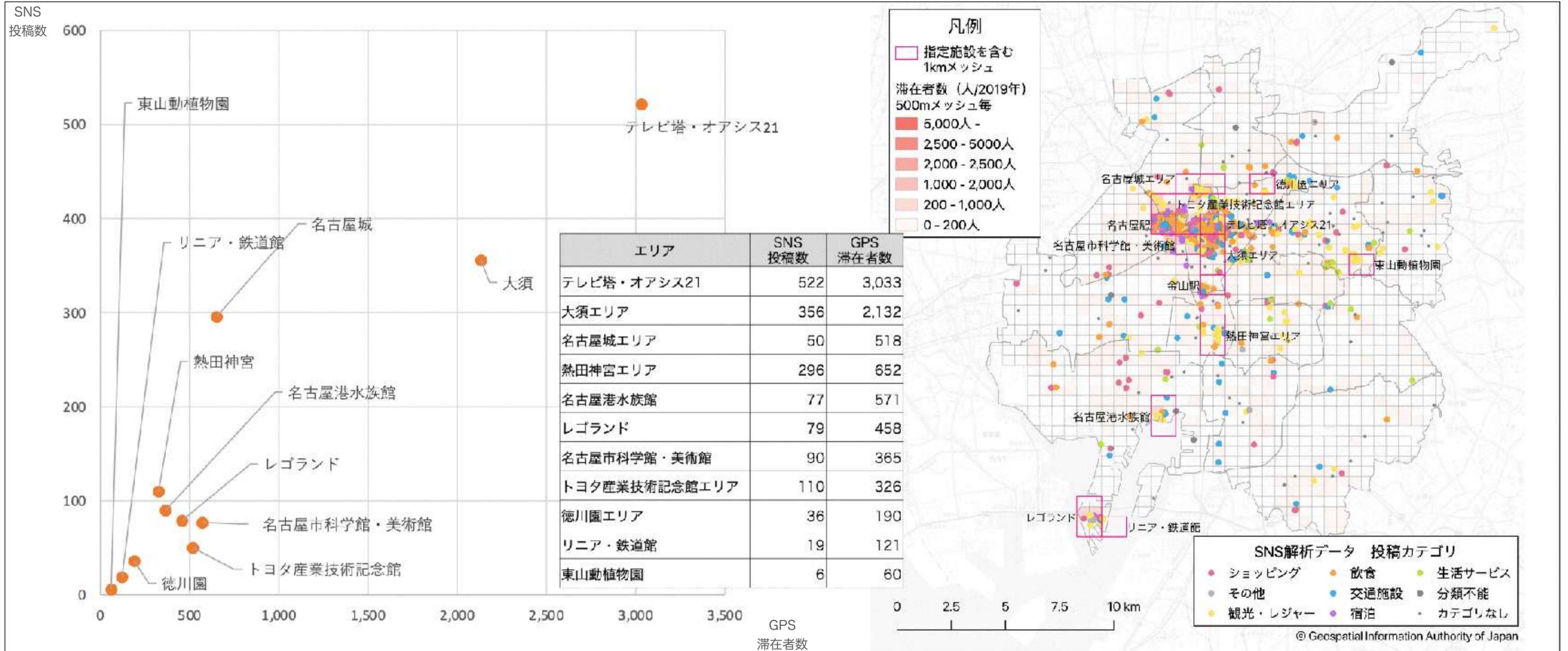


- SNS解析データより、ハッシュタグ（#がついているキーワード）を取り除き、投稿文章のみでテキストマイニングを実施したもの（I'm atとそれに続く文章やnagoya japanは除外、テキストマイニングを実施した文章は2,843件、対象とした単語は14,662個）
  - スコアはTF-IDF法（語の重みづけ(term-weighting)手法）を使い、出現回数だけでなく、文章を決定づける重要度を加味した値（「今日」「ある」などが低いスコアとなる）
- 【特徴】
- 概ね好意的なキーワードが並んでいる。
  - 形容詞で件数が最も多かったnewが含まれる文章には、正月や新元号を祝う投稿文が見られた。（new Reiwa era など）
  - こちらの分析でも、インスタグラムや英語特有のスラングとしては、「w/o（～なしで）」、「w/（withの略）」、「em（すごい！など感嘆詞）」などを含む投稿があった。

名詞	スコア	出現頻度	動詞	スコア	出現頻度	形容詞	スコア	出現頻度
day	1067.19	92	go	1038.53	90	good	643.91	59
castle	1063.55	89	see	718.62	65	first	473.44	45
time	1020.77	89	get	629.67	58	new	424.70	41
year	859.15	80	come	599.22	55	last	369.68	36
one	553.76	52	eat	583.57	53	beautiful	328.71	32
jazz	522.41	47	take	572.90	53	happy	304.30	30
amp	517.13	46	want	368.02	36	delicious	301.55	29
night	395.29	36	love	289.19	29	great	254.73	26
morning	368.29	37	know	266.87	29	late	190.91	20
museum	344.46	33	wait	269.33	27	amazing	181.86	19
u	341.93	33	make	264.69	27	local	179.66	19
city	325.28	32	let	233.94	24	old	178.04	19
ese	329.72	30	look	232.85	24	little	167.27	18
train	272.19	27	think	220.11	23	big	157.13	17
life	243.26	25	say	199.08	21	next	156.87	17

全ての投稿				
感情分析				
カテゴリ	全数	感情分析を できた数	ポジティブな 感情を含む数	割合
ショッピング	384	56	46	12.0%
観光レジャー	1,124	286	242	21.5%
宿泊	190	49	38	20.0%
交通施設	475	50	40	8.4%
飲食	558	82	65	11.6%
生活サービス	113	48	47	41.6%
その他	32	3	3	9.4%
指定なし	1,496	503	380	25.4%
合計	4,372	1,077	861	19.7%

SNS解析データとアプリGPSデータ(滞在者数)を掛け合わせたマトリクス分析によると  
滞在者数に対して名古屋城からの投稿数が多く、ポジティブな投稿内容が多い





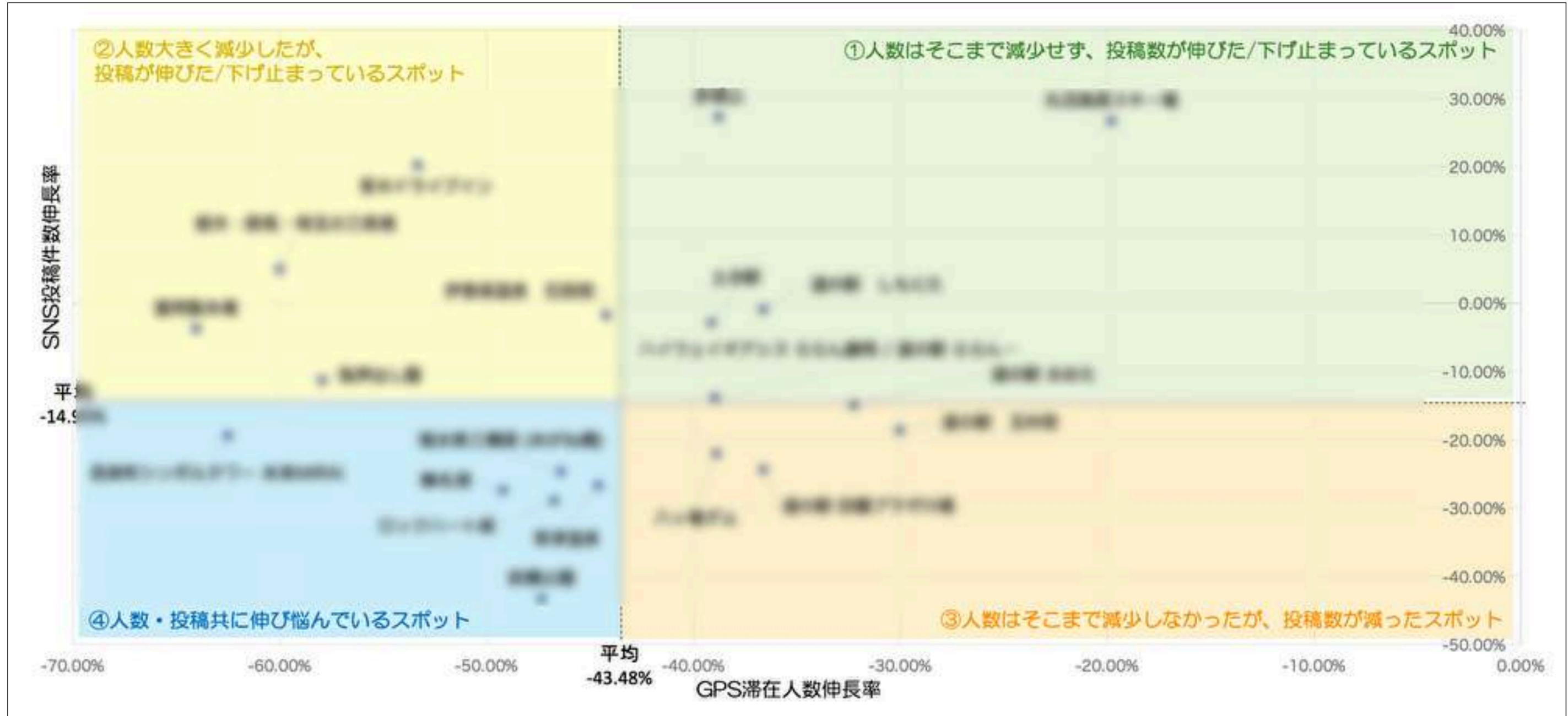
# ビッグデータに基づく 群馬県 観光客動態調査事例

【SNS解析データ（日本人）／アプリGPSデータ（日本人）】

「Withコロナ」時代における観光施策を検討するため、2018年12月から2020年11月までのSNS解析データ（計24ヶ月分）と、2019年および2020年の奇数月のアプリGPSデータ（計12ヶ月分）を使用してコロナ禍における観光行動の変化を調査・可視化

群馬県観光物産国際協会

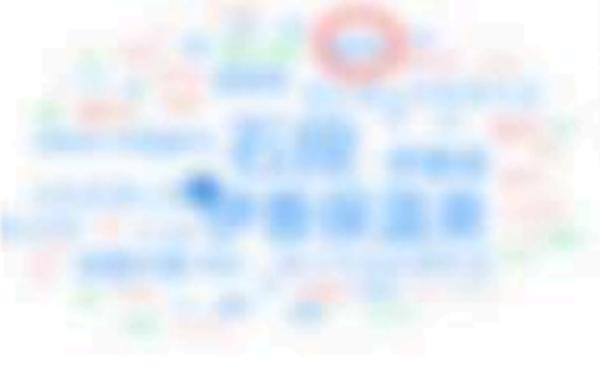
SNS投稿数の伸長率とアプリGPSデータ(滞在者数)の伸長率からコロナ禍における来訪者状況（地域のポテンシャル）を分析し、注力すべき観光スポットを明らかにした



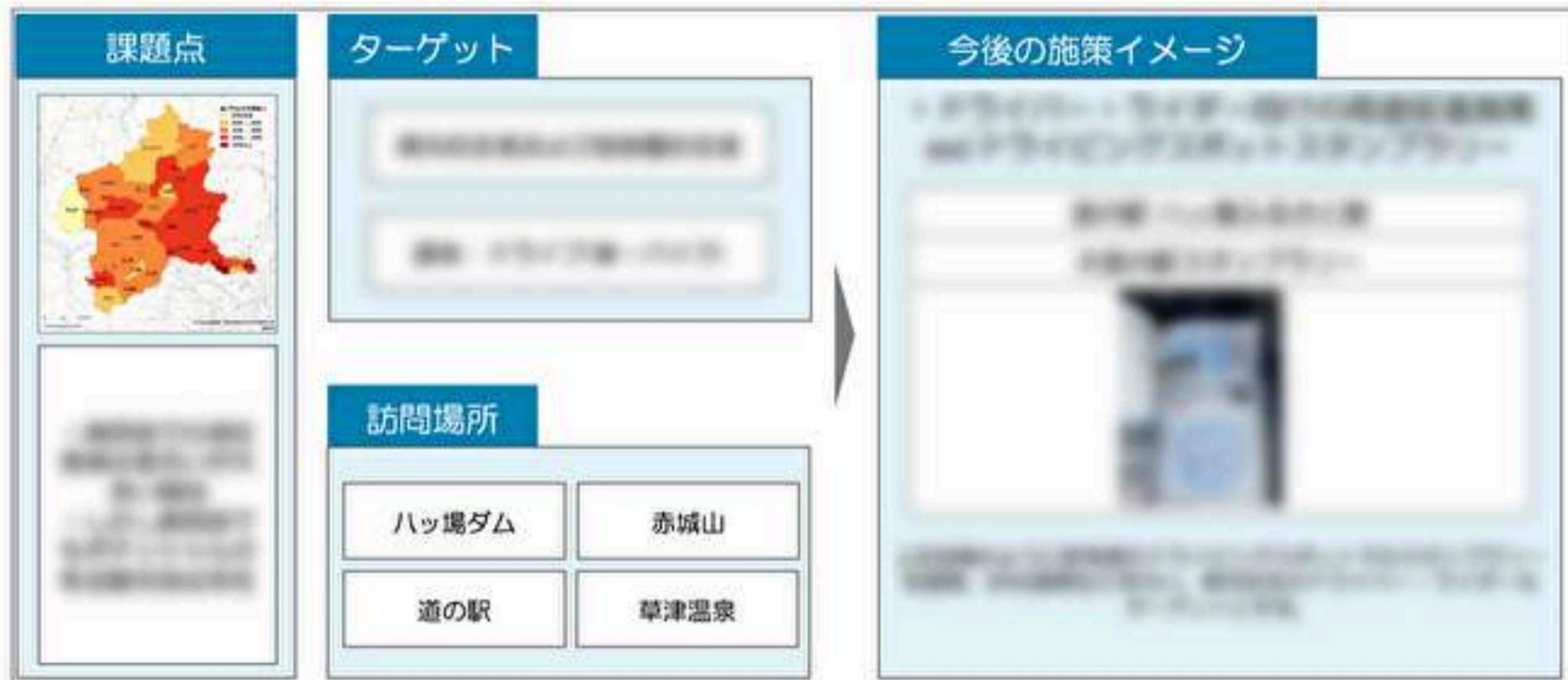
クチコミ内容を分析したところ車やバイクの画像やGoToキャンペーンに関する投稿が見られ、「密」を避けられる交通手段で来訪者が増えたことが判明

バイク・車での移動		
投稿日時	2020年10月28日	2020年09月11日
投稿施設名		
投稿内容		
投稿画像		

キャンペーンに関する投稿	
2020年 伊香保温泉石段街	2020年11月08日
	

▼分析内容から検討できる今後の施策提案イメージ



# 駿河湾フェリー利用者の 観光動態調査レポート

【SNS解析データ（日本人）／アプリGPSデータ（日本人）】

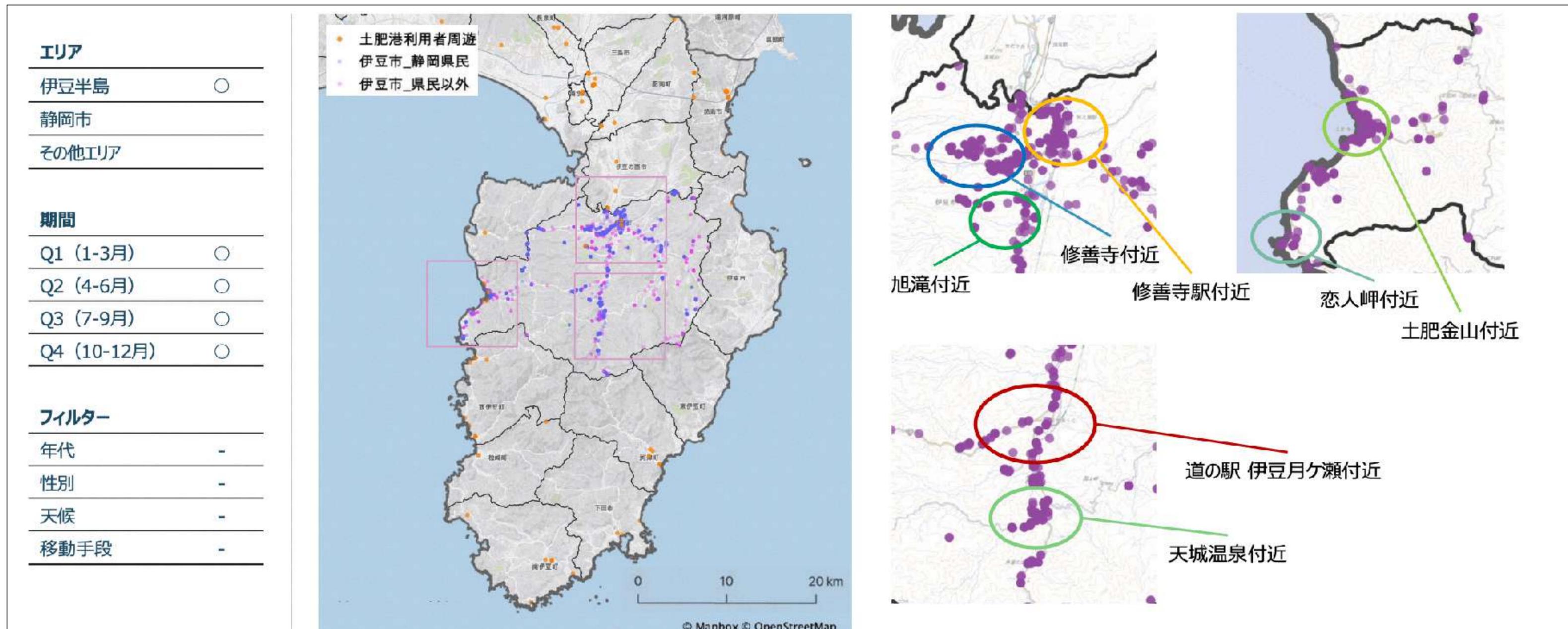
駿河湾フェリーについて土肥港側の二次交通の改善やフェリー利用者数の拡大に向け、施策検討の基礎データとして利用者の動向・動態を把握する目的で2018年の1年間のデータを使用して調査を実施

静岡県

観光交流局観光振興課



SNS解析データからフェリー利用者の周遊傾向を調査。居住地分析により土肥金山周辺は静岡県民以外の周遊が比較的多く、中伊豆エリアでは県民の投稿も同程度だと判明



A photograph of the Kinkaku-ji temple in Kyoto, Japan, showing its golden exterior and traditional Japanese architecture. The temple is situated on a hillside overlooking a pond, with lush green trees and a mountain in the background.

## 京都府における 天候による観光影響調査事例（PoC）

【SNS解析データ／アプリGPSデータ／気象データ】

関西圏での天候による人流の変化を把握し、気象による行動変化を考慮した観光施策立案等に活用可能な示唆出しを行うことを目的に調査を実施。  
また、データを掛け合わせることの価値を理解し、データ利活用の促進を図ることも目的としている。

（PoCとして2018年7月のデータを使用して実施）

関西イノベーションセンター  
／日本気象協会

## 人流データ × 気象データによる観光動態変化調査を実施 雨の日でも観光客が減りにくい観光地の特徴が判明

### 【分析ステップ】

気象データとアプリGPSデータで  
天候別滞在傾向を調査

路線図・主要幹線道路の通行量と  
照合し、天候の影響を分析

SNS解析データで投稿内容を  
分析し、観光客の移動目的が判明

### ▼エリア別のSNS投稿数ランキング（黄色箇所が雨に映えるスポットがある観光施設）

西京区	
施設名	SNS投稿数
華厳寺(鈴虫寺)	180
京都桂温泉 仁左衛門の湯 御菓子司 中村軒	84
松尾大社	64
一蘭 京都洛西店	56
嵐の湯	36
コムギノキラメキ(小 表)	36
東海道新幹線 桂川橋梁	32
星のや京都 - Hoshinoya Kyoto	32
月読神社	20
大ぶらえびのや 京都洛 西店	20
快活CLUB 京都桂店	16
びっくりドンキー 洛西店	16
チファジャ 上桂店	16
麺屋たけ井 阪急洛西口店	16

伏見区	
施設名	SNS投稿数
京都パルスプラザ 大展示場	546
伏見稲荷大社	300
京都パルスプラザ	259
京都アニメーション 第1スタジオ	136
ラーメン荘 地球規模 で考える	125
京都2りんかん NANA MIZUKI LIVE EXPRESS 2019 京都公演	121
千本鳥居	42
京都パルスプラザ 第 2展示場	41
京都競馬場	29
なか卯 新堀川店	25
一ノ峰(上社神蹟)	25
Nana Mizuki Live Express 2019 京都 物販待機列	24
四ツ辻	22
とくら 新堀川店	21

宇治田原町	
施設名	SNS投稿数
正寿院	90
近畿スポーツランド	80
セブンイレブン 宇治 田原郷之口店	45
ローソン 宇治田原 糸戸店	30
宵待橋	25
高田通泉園	25
ローソン 宇治田原工 業団地前店	15
猿丸神社	10
お茶の郷木谷山	10
JASS-PORT 宇治田 原	10
大杉トンネル	10
京都銀行 宇治田原支 店	10
住民体育館	5
中華料理 嵐崎	5
黒坂塗装工業所	5

長岡京市	
施設名	SNS投稿数
コンセプト この木な んの木パーキング	70
家系ラーメン 町田商 店 長岡京店	50
風来房	50
万代 長岡京店	45
三菱製紙 京都工場	40
火灯し製茶 すずか げ	35
サントリー京都ビー ル工場	35
ローソン 長岡京神足 柳田店	30
万代 長岡天神店	25
榎谷観音(立願山 榎谷 寺)	20
小倉山荘 竹生の郷 (本店)	20
眼病平癒祈願所 榎 谷観音(榎谷寺)	20
モスバーガー 長岡京 駅前店	15
ファミリーマート 長 岡京彌子店	15
フレンドマート 長岡 京店	15

北区	
施設名	SNS投稿数
鹿苑寺(金閣寺)	159
京都府	51
上賀茂神社(賀茂別雷 神社)	51
金閣舍利殿	42
建勲神社	33
京都産業大学 11号館 114514教室	27
紫明会館	27
らぁ麺 とらひち	27
MKボウル上賀茂/ MKbowl Kamigamo 京都産業動物園附属 幼稚園	27
立命館大学 衣笠キャ ンパス	24
コロニー 京都北山 店	18
マクドナルド 金閣寺 店	18
あぶり餅 かざりや 今宮神社	18

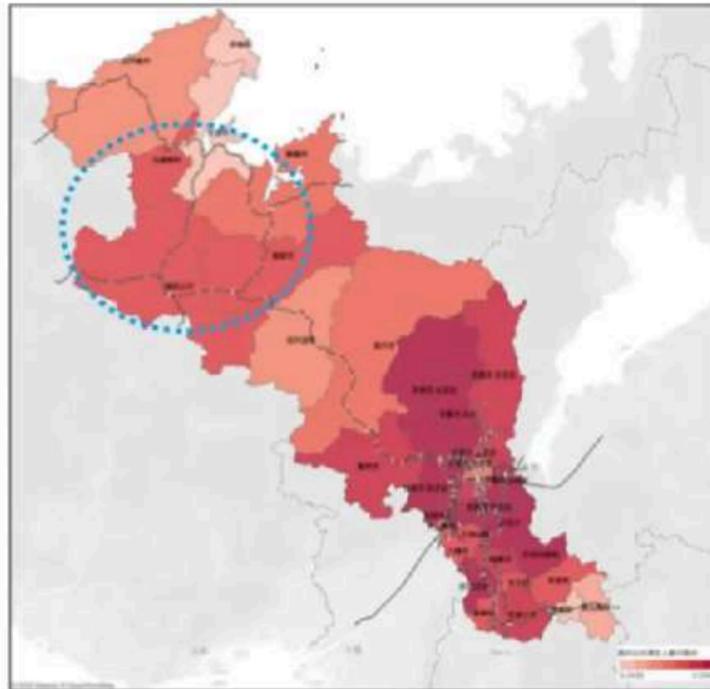
本事例は弊社HP及びビッグデータ・ポータルにも掲載中

◆掲載先：<https://www.e-stat.go.jp/bigdataportal/case/168>

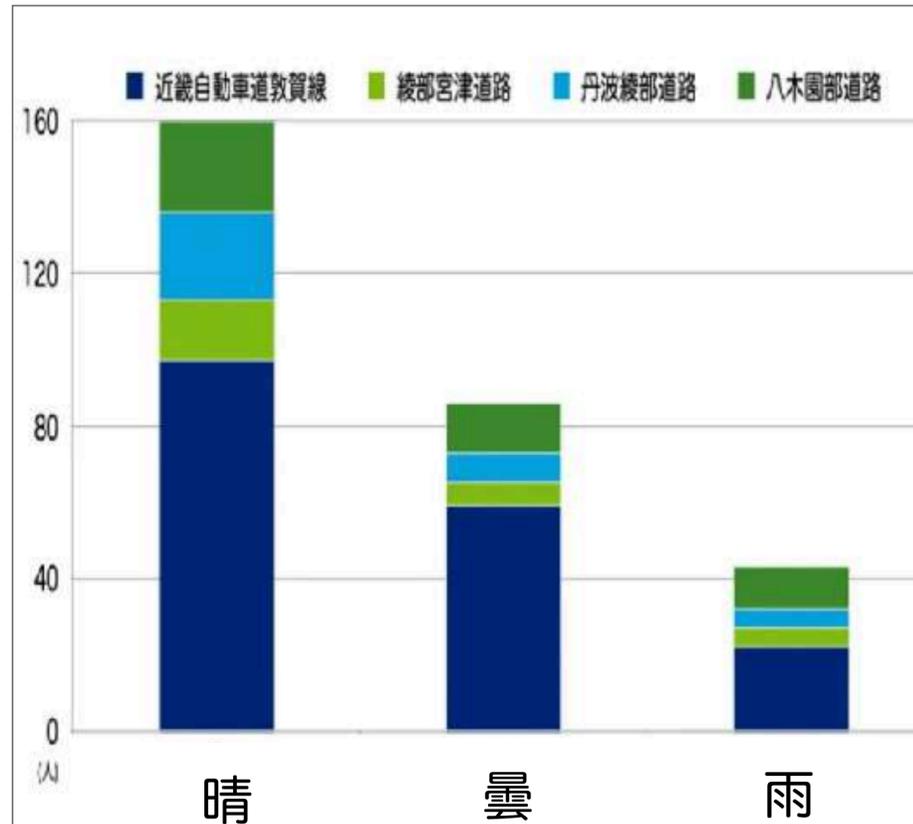
## 電車で移動可能+雨の日に映える観光スポットのあるエリアは 雨の日でも観光客が減少しにくいことが明確化

### 【分析結果】

市区町村	雨の日の減少率
京都市 西京区	59.43%
京都市 伏見区	58.95%
宇治田原町	58.68%
長岡京市	57.31%
京都市 北区	56.83%
京都市 右京区	56.76%
向日市	54.97%
京都市 山科区	54.86%
京田辺市	54.71%
宇治市	54.48%
亀岡市	54.12%
京都市 上京区	53.25%
城陽市	53.19%
京都市 南区	51.78%
京都市 左京区	50.81%



山陰線，福知山線，舞鶴線沿いでは雨の日でも減少率が低く比較的天候の影響を受けにくい



雨の日の京都府内の幹線道路の通行量の減少は大きい

西京区	伏見区	宇治田原町
西芳寺	玉光湯 ひじりのね	正寿院
<p>京都二日目、朝食後は西芳寺=苔寺へ。やはり苔は梅雨に映えるねえ (^_^)</p> <p>#西芳寺 #苔寺 #そうだ京都行こう #happiness</p>	<p>平安楽市のお礼は後ほど！最後に雨に降られ、汗だか雨だかわからん状態に☹️ ということで岡山に向かう前に命の洗濯へ</p>	<p>正寿院の天井とハート</p>

“雨に映える”など雨の日だとわかるコメントも見られた

1

SNSデータの利活用は、大量の投稿内容のテキストマイニングにフォーカスすることが多いが、特殊な位置情報解析を行うことで人流データとして解釈することも可能。

2

SNS解析データは、タイムリーデータとしても過去データとしても活用できるが、定量データ（投稿件数/人数）として分析できる性質と、定性データ（消費者の感情）として分析できる性質がある。

※人流データかつ定量データであれば他に信頼性の高いデータがある点は注意

3

SNS解析データは、単独で利用するケースもあるが、他の人流データ（定量データ）と掛け合わせることでより有効に活用されるケースが多い。

## SNS解析データ分析でできること

- ・ 投稿地点の施設カテゴリー別集計や、特定地域の滞在者の投稿数などが調査できる
- ・ 居住地判定により来街者と地元住民ごとにクチコミ件数や周遊傾向を分析できる
- ・ 画像付き投稿件数調査や投稿内容（キーワード）から感情分析ができる

# 【参考】人流データ × 生成AI = CITY INSIGHT Copilot

CITY INSIGHTのソフトウェアサービスは生成AIを組み合わせたサービスに進化中

2023.12.1 クローズドベータテスト開始

2024. 7.1 正式リリース（社数限定公開）

<https://cityinsight.nightley.jp/copilot/>

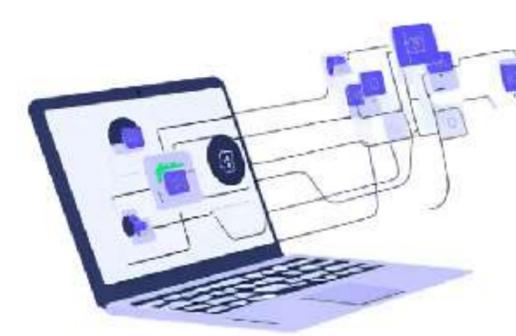
地域の人流がわかるAIベストパートナー

## CITY INSIGHT Copilot



専門知識不要

生成AIに関する知見や、人流データに関する専門知識やデータ分析スキルが無くても、すぐにご利用いただけます。



分析プロセスはAIにお任せ

CITY INSIGHT Copilotに課題を提示したら、データ収集やアイデア出しなど面倒な分析プロセスはAIにお任せ。大幅な工数削減につながります。



お手頃価格で

通常数十万円～数百万円かかる人流データが、追加料金なしで利用可能。毎月続けやすい価格でご提供します。

### 【対応する人流データ（現在）】



モバイル空間統計<sup>TM</sup>

携帯キャリア  
滞在人口統計データ



SNS解析データ

パブリックデータ



ご清聴ありがとうございました。

株式会社ナイトレイ

〒150-0036 東京都渋谷区南平台町15-11 南平台野坂ビル4F

<https://nightley.jp>

【お問い合わせ先】

データコンサルティング部

[dc@nightley.jp](mailto:dc@nightley.jp)