

人流予測し観光活用

川越一番街で実験

実証実験は、川越一番街商業協同組合の協力を受け、同組合が持つ観光資産を最大限活用し、同商店街の滞在時間の短さなどの課題を解決することが狙いで「デジタルお散歩マップ」と「スマート商店街アプリ」の二つを新たに開発。来年1月まで運用する。同社が観光地で同様の実験を行うのは全国で初めてという。



「デジタルお散歩マップ」は来訪目的などの問いに回答するとタイプ診断され、タイプに合ったスポットを紹介する（NTT東日本埼玉西支店提供）

NTT東データ提供

NTT東日本埼玉西支店（川越市）は11月から、川越市の川越一番街商店街でデータ活用に関する実証実験を始めている。新型コロナウイルス感染症拡大などで観光地を取り巻く環境が大きく変化しているなか、観光客向けの店舗紹介サービスに加え、過去の街の人流などのデータから来街者数を予測するシステムなどを店舗に提供し支援する。同支店の宅間由美子支店長は「新型コロナで打撃を受けた観光地をデータの力で活性化していきたい」と話している。（吉谷篤樹）

人数、食事や景観の趣向を選択するタイプ診断を行うこと

で、一番街内でのお勧め店舗や史跡を提案。店舗側もサイトを通じてイベント情報やクーポンなどを配信できる。専用アプリのダウンロードや個人情報への入力が必要で、手軽さを重視した。今後順次、街の混雑状況が分かるヒートマップなどの機能を追加する。

「スマート商店街アプリ」は逆に店舗向け。過去一定期間のスマートフォン位置情報データから分析した人流の統計や天候、周辺での催事と当該店舗の来店者数などを集計し、数日後までの来店客数を予測する。同支店によると、実際に導入している店舗では仕入れ量や発注、スタッフ人数の調整への参考にしており、当初は半信半疑だったが効果を受けて積極的な姿勢を見せた店舗もあるという。

二つを活用することで、人気スポットだけでなく幅広い店舗に注目が集まりさまざまな魅力を訴求できるほか、店舗側の販売機会ロスや飲食店などではフードロスの削減が期待できる。

宅間支店長は「売上データと組み合わせる販売増減の要因分析や新商品開発にも応用できる」とした上で、「これまでの店舗運営は経験が頼りだったが、これからは加えてデータを有効に活用することで、より効率的な運営への可能性を模索し、本格導入までこぎつけたい」としている。

『埼玉新聞』2021年11月27日付4面