

人流 リサーチ ご紹介

2023年5月

Agenda

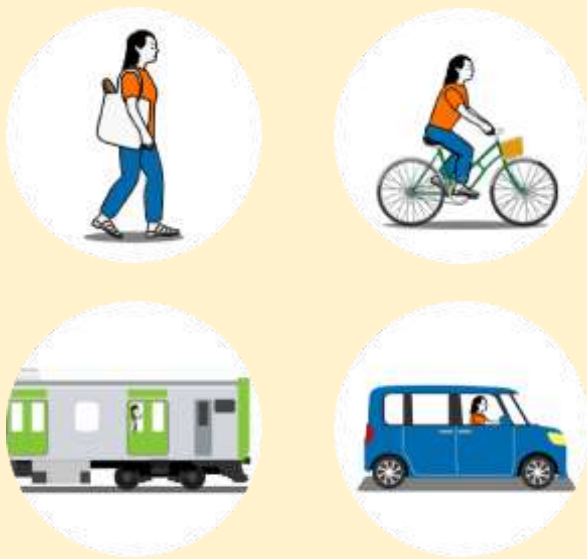
1. デモ
2. トリマ
3. 人流データ
4. 人流分析
5. 人流統計データ
6. リサーチ

トリア

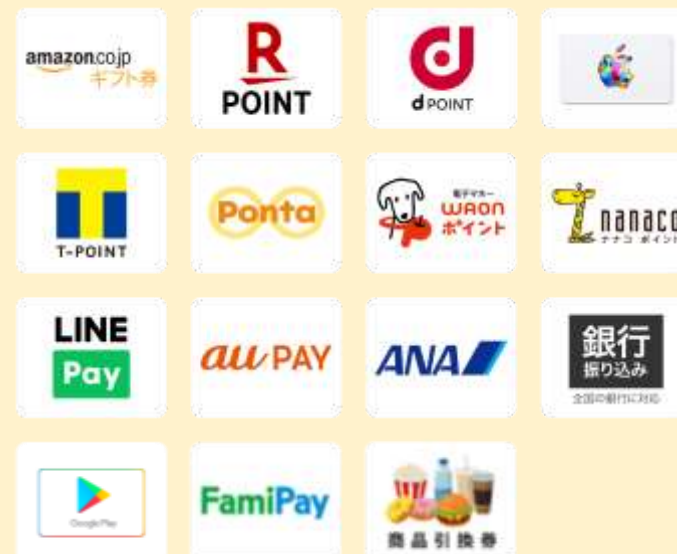
移動するだけでポイントが貯まる 🏆

“Move to Earn” アプリ

徒歩・自転車・車など
すべての移動手段でマイルが貯まる

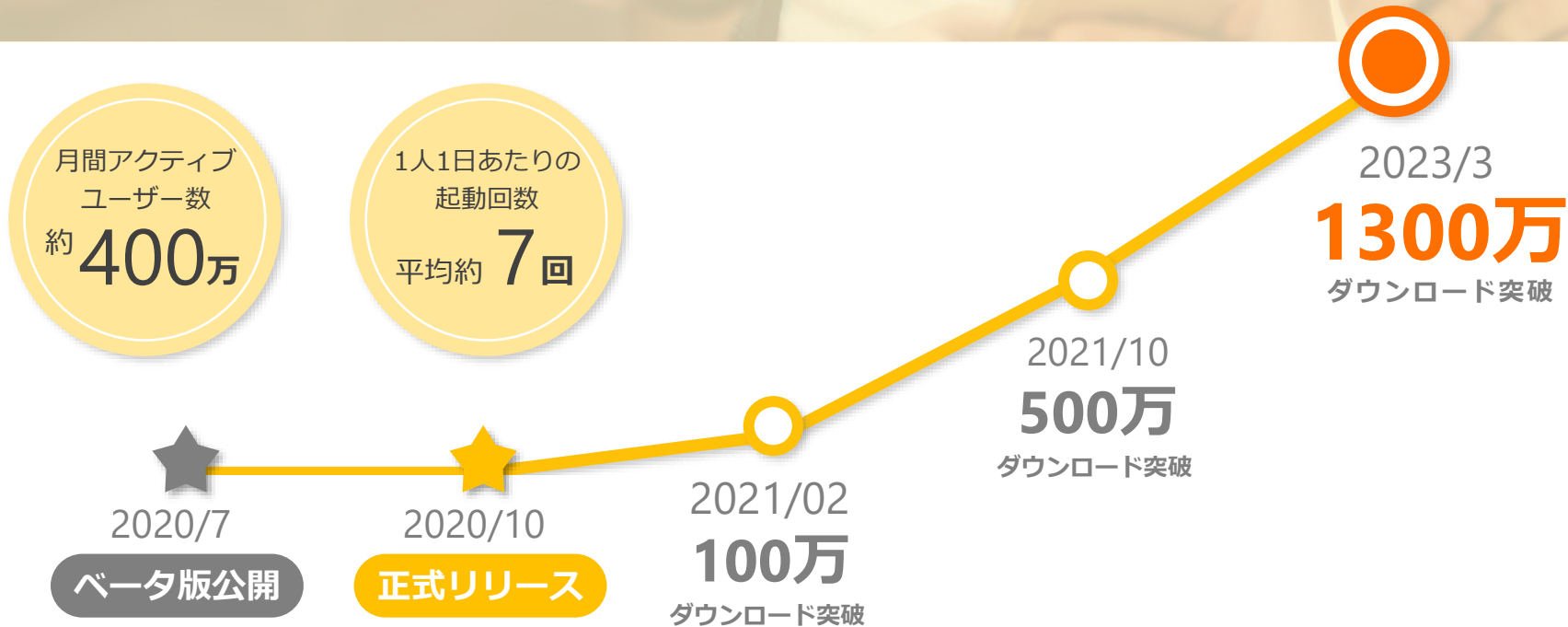


貯まったマイルは
各社ポイントや現金などに交換



ポイントアプリとして 国内トップクラスのアクティブユーザー数

移動するだけでポイントが貯まる手軽さ、ユーザーの生活に寄り添ったサービスの提供により、高いアクティブ率を維持しております。

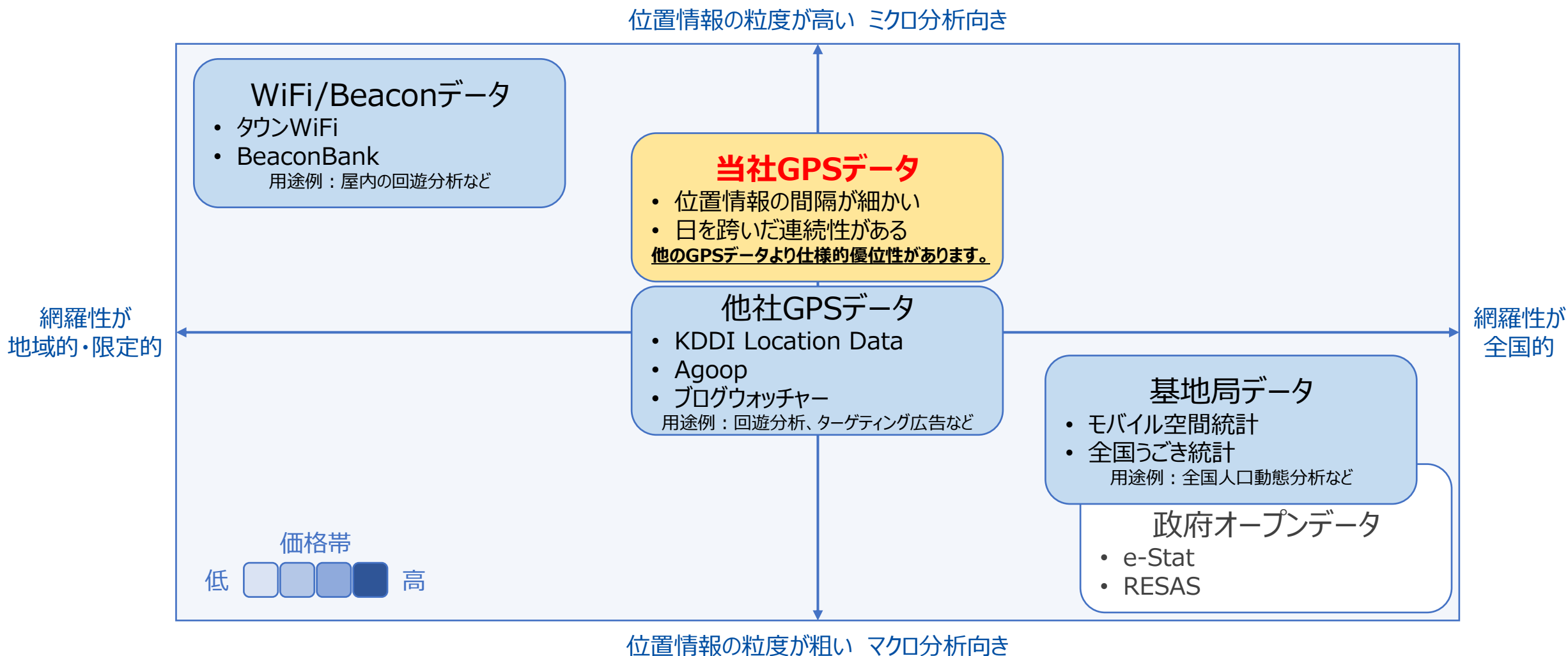


メディア実績紹介



人流データ

ポジショニングマップ



ジオテクノロジーズの人流データとは

01 連続性

訪れた場所が漏れなく分かる

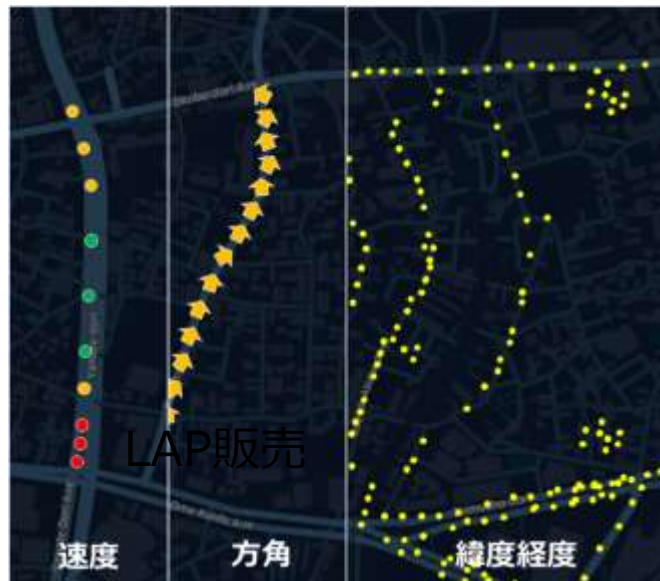
02 高精度

移動の軌跡が正確に分かる

03 人の属性

属性に基づいた分析ができる

ジオテクノロジーズの 連続且つ高精度な人流データ



一般的な人流データ



※ イメージを模式的に表したものであり、実際のデータとは異なります

性別

年齢

都道府県

結婚

家族人数

子供人数

職業

最終学歴

居住形態

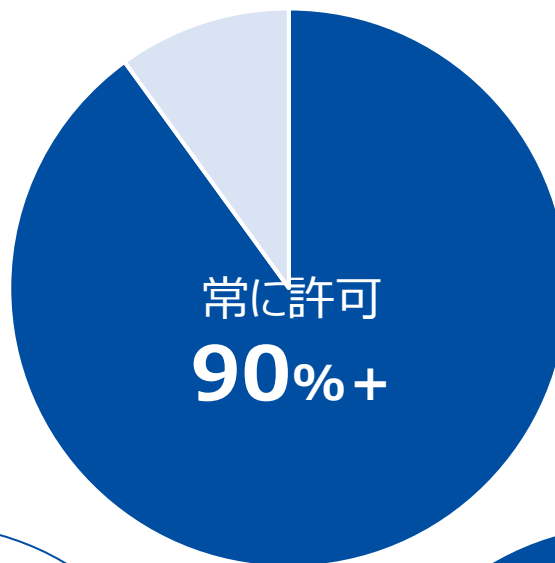
個人年収

世帯年収

主な移動手段

興味関心・趣味

自社アプリ「トリマ」由来の人流データ情報



保有するデータの特長

ジオテクノロジーズの位置情報の特長は常時高い頻度で取得しているところです。
これまで難しかった経路の特定や短い滞在の判定を解析することで優位性を築いています。
これにアンケートで取得した属性が加わりセグメントごとの分析やターゲティングを可能にします。

毎日取れている位置情報

一定の移動・歩数毎にアプリを起動してマイルを獲得する仕組みのため、1日当たりの起動回数が多く、毎日利用されており、且つ継続率も高い。

SNSに相当する
利用頻度 **DAUMAU率 60%**

バックグラウンド
取得率 **96%以上**

日々の行動パターンが分かる位置情報

常に細かく取得する位置情報

移動距離に応じてマイルを付与する仕組みのため、ユーザの位置情報を常時取得できる。



取得
間隔 **20m毎**
または **5秒毎**

経路や滞在がよく分かる位置情報

アンケートで直接取得する属性情報

アンケートに回答するとマイルを獲得できるため、多くのユーザから直接的に性別/年齢/趣味嗜好/ライフスタイル等の様々な情報を取得できる。

自社アンケート
のモニター数 **約630万人**

取得する属性項目 **13種類**

行動パターンに紐づく属性情報

取得している位置情報の一部紹介と表示例

説明	例
[移動の状態] ・ 滞在中 ・ 歩行 ・ ランニング ・ 自転車 ・ 車両	in_vehicle
海拔高度(m)	12.2
緯度経度情報	<pre>{ "lat" : { "N" : "35.64664014598033" }, "lon" : { "N" : "139.72475335471435" } }</pre>
ID	a10dcf5b-f7a6-42ba-b664-a66479cb05ef
方角	284.17
移動中の取得判別	true
取得の時刻	2020-07-08T11:18:32.000Z
速度(m/秒)	14.79



推定徒歩

推定移動体

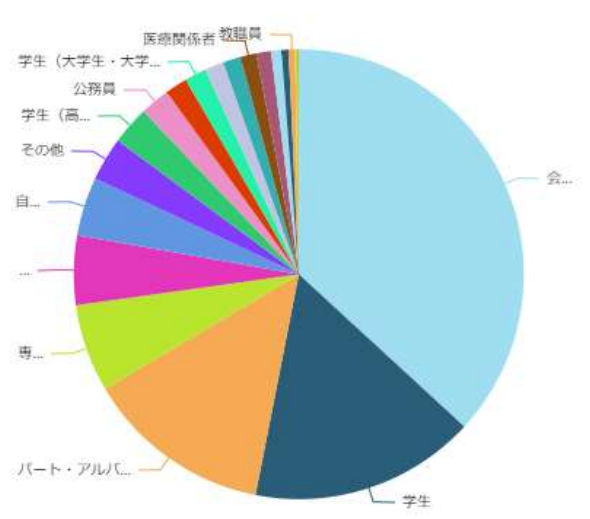
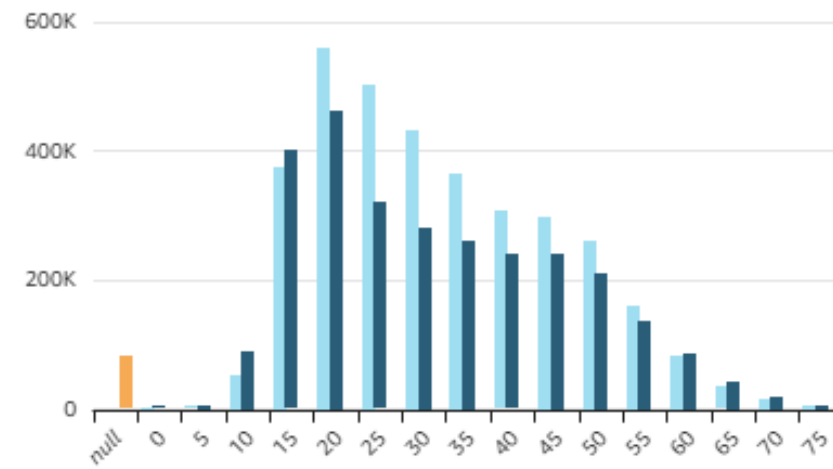
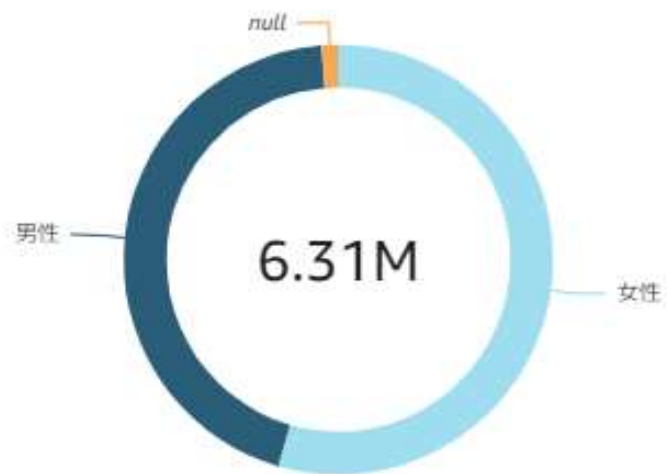
推定立ち寄り地

人流の属性情報

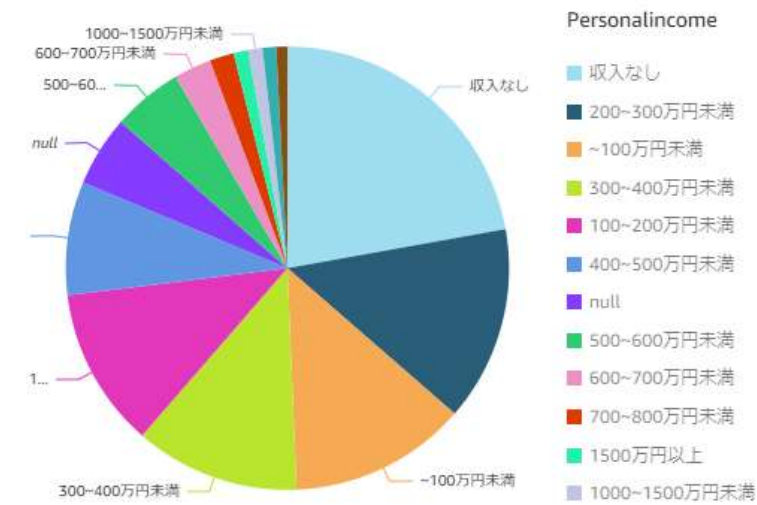
アンケート項目

- 性別
- 年齢
- 最終学歴
- 婚姻
- 同居家族の人数
- 同居の子供人数
- 職業分類
- 居住形態
- 個人年収
- 世帯年収
- 居住地域
- 通勤・通学の移動手段
- 興味関心

アンケートの集計



- 会社員 (正社員)
- 学生
- パート・アルバイト
- 専業主婦
- 会社員 (契約社員)
- 自営業・自由業
- その他
- 学生 (高校生)
- 公務員
- 無職・定年退職
- 学生 (大学生)
- 会社役員
- ...



- 収入なし
- 200~300万円未満
- ~100万円未満
- 300~400万円未満
- 100~200万円未満
- 400~500万円未満
- null
- 500~600万円未満
- 600~700万円未満
- 700~800万円未満
- 1500万円以上
- 1000~1500万円未満

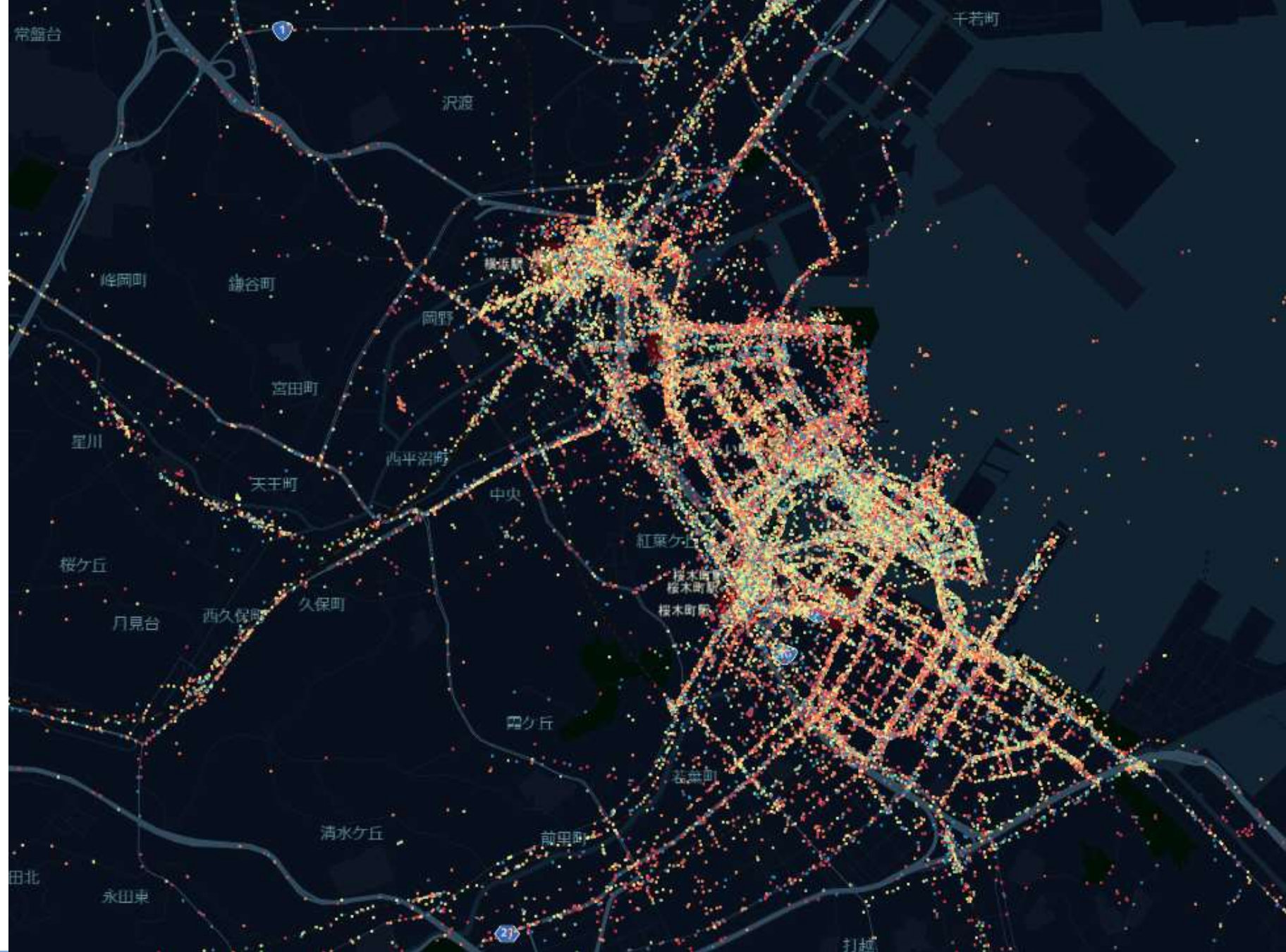
人流データ 分析事例

人流分析

群衆移動

- 横浜市みなとみらい
- スマートフェスティバル

- 2022年8月2日開催の花火大会での群衆分析



人流分析による結果

3駅の混雑度は平時の約6～10倍であり、混雑したピーク時刻も3駅で違いがあった。

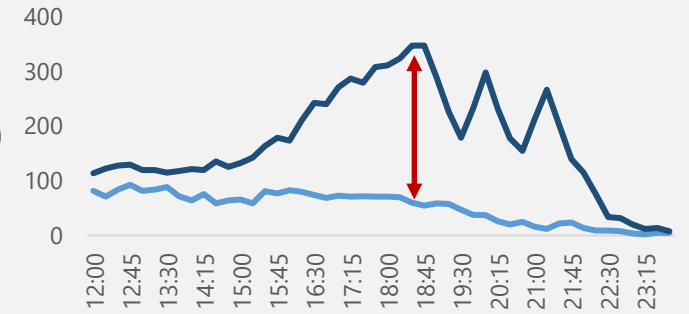
各駅に適した混雑回避の対策が必要



みなとみらい駅

18:45頃

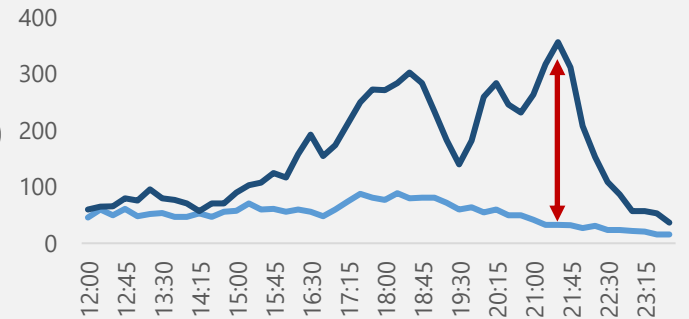
約 **6倍**



桜木町駅

21:30頃

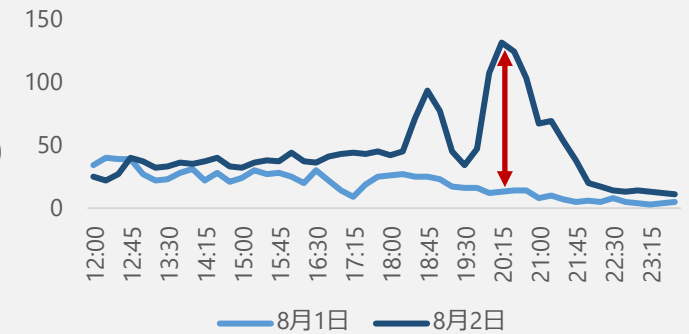
約 **10倍**



馬車道駅

20:15頃

約 **10倍**



東京大学との研究

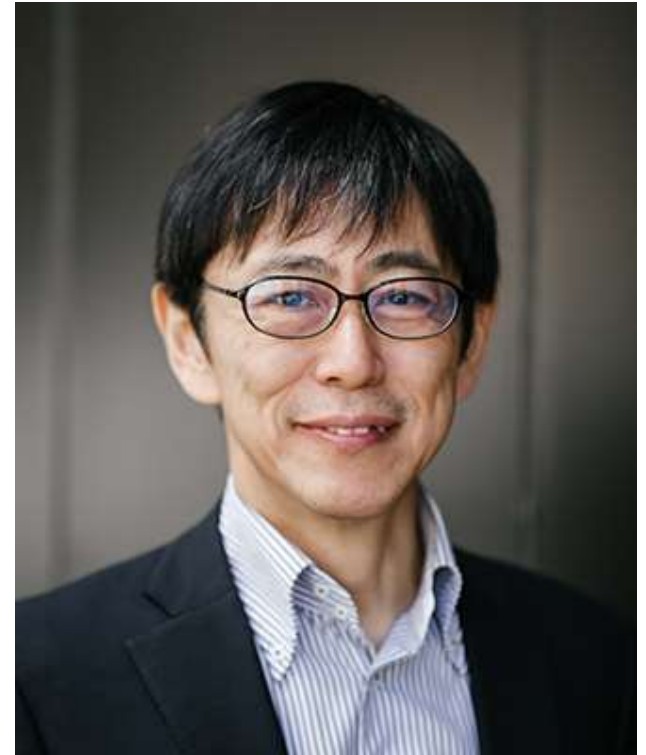
報道関係各位

2023年2月3日
ジオテクノロジーズ株式会社

ジオテクノロジーズが東京大学と人流データの共同研究を開始 「よく歩く街ランキング」発表、1都3県で返子市が1位に

スマートシティ等に関連する自治体や民間企業と連携してより良い街づくりに貢献します

「地球を喜びで満たそう」というミッションを掲げる ESG メタバースカンパニーのジオテクノロジーズ株式会社（本社：東京都文京区、代表取締役社長 CEO：杉原 博茂、以下「ジオテクノロジーズ」）は、東京大学空間情報科学研究センター（柴崎亮介教授）と、人流データ活用の共同研究を開始することをお知らせいたします。この度、ジオテクノロジーズと東京大学は、ジオテクノロジーズが保有する高精度な人流データを活用した、歩行者の動きにフォーカスした共同研究に着手しました。初回の研究結果として、「よく歩く街ランキング」を出したところ、1都3県では神奈川県返子市が1位であったことが分かりました。



共同利用・共同研究拠点 Joint Usage / Research Center
東京大学 The University of Tokyo
空間情報科学研究センター
Center for Spatial Information Science

人流データから歩行者の移動を抽出して 一人当たりの平均距離を集計

対象

【データ】 「トリマ」ユーザー 約110万人

【エリア】 1都3県の184市区 ※町村は除いてます

【期 間】 2022年3月～5月の人流データ

集計手順

- 人流データから「歩行」と特定できた移動の距離を算出
- 人流データからユーザごとの居住地を市区町村に分類
- 市区町村ごとに、徒歩の移動距離の一人当たり平均値を算出
(平日と休日)

よく歩く街ランキング

平日

順位	市区 (1都3県)	平均歩行距離 (km / 日 / 人)
1	神奈川県 逗子市	1.888
2	千葉県 山武市	1.854
3	千葉県 香取市	1.849
4	千葉県 袖ヶ浦市	1.843
5	神奈川県 鎌倉市	1.831
6	神奈川県 戸塚区	1.824
7	神奈川県 西区	1.813
8	埼玉県 加須市	1.807
9	千葉県 成田市	1.793
10	神奈川県 港南区	1.789
11	神奈川県 旭区	1.787
12	千葉県 茂原市	1.785
13	神奈川県 緑区	1.785
14	千葉県 美浜区	1.783
15	千葉県 我孫子市	1.782
16	神奈川県 保土ヶ谷区	1.781
17	千葉県 佐倉市	1.778
18	千葉県 習志野市	1.777
19	埼玉県 中央区	1.776
20	神奈川県 栄区	1.775

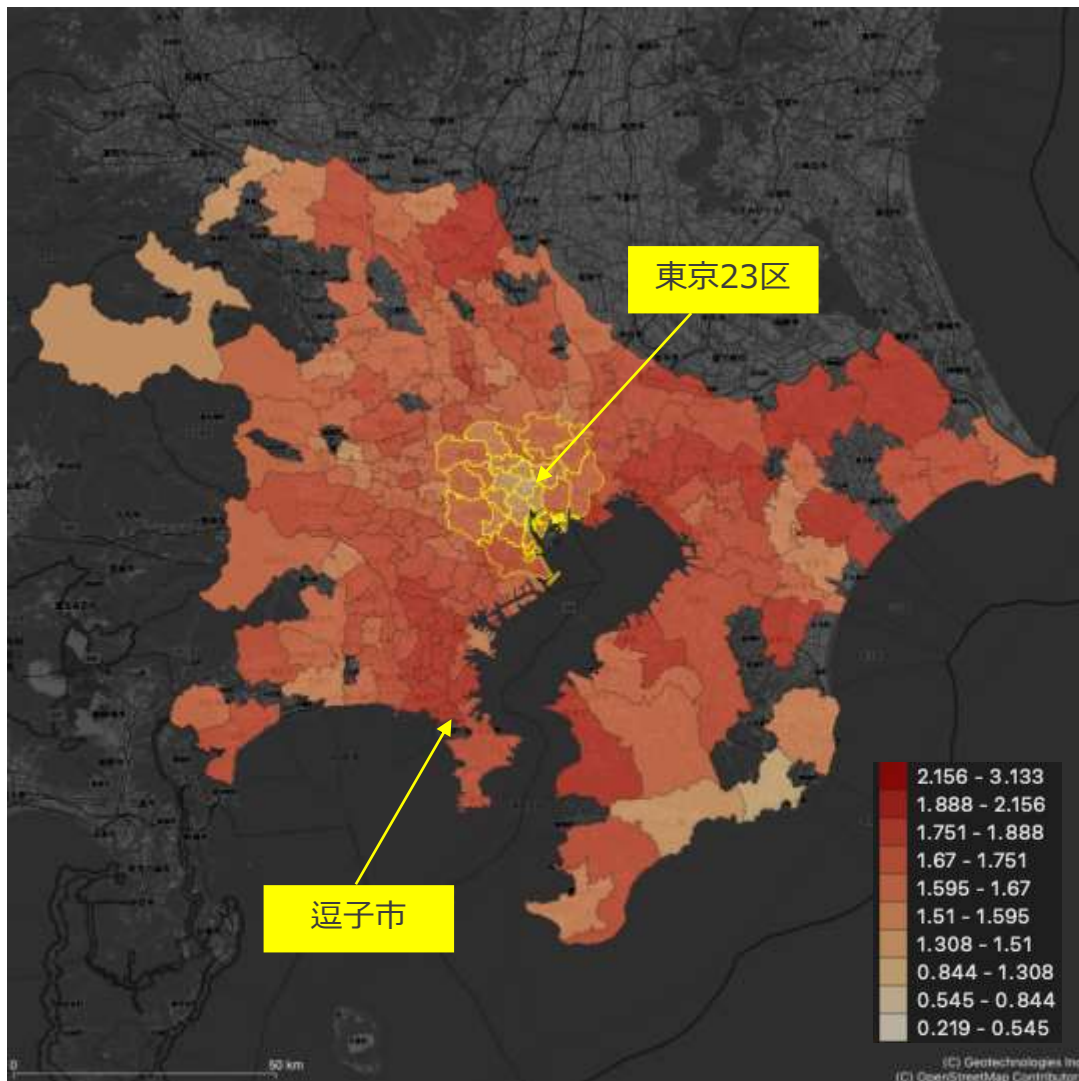
週末

順位	市区 (1都3県)	平均歩行距離 (km / 日 / 人)
1	神奈川県 逗子市	1.867
2	神奈川県 鎌倉市	1.866
3	千葉県 成田市	1.822
4	千葉県 袖ヶ浦市	1.820
5	東京都 大田区	1.788
6	東京都 品川区	1.786
7	神奈川県 西区	1.775
8	千葉県 浦安市	1.767
9	東京都 台東区	1.765
10	東京都 目黒区	1.760
11	東京都 渋谷区	1.756
12	千葉県 美浜区	1.751
13	神奈川県 神奈川区	1.746
14	埼玉県 和光市	1.743
15	東京都 杉並区	1.740
16	東京都 世田谷区	1.740
17	東京都 多摩市	1.732
18	東京都 港区	1.731
19	神奈川県 中原区	1.731
20	千葉県 香取市	1.723

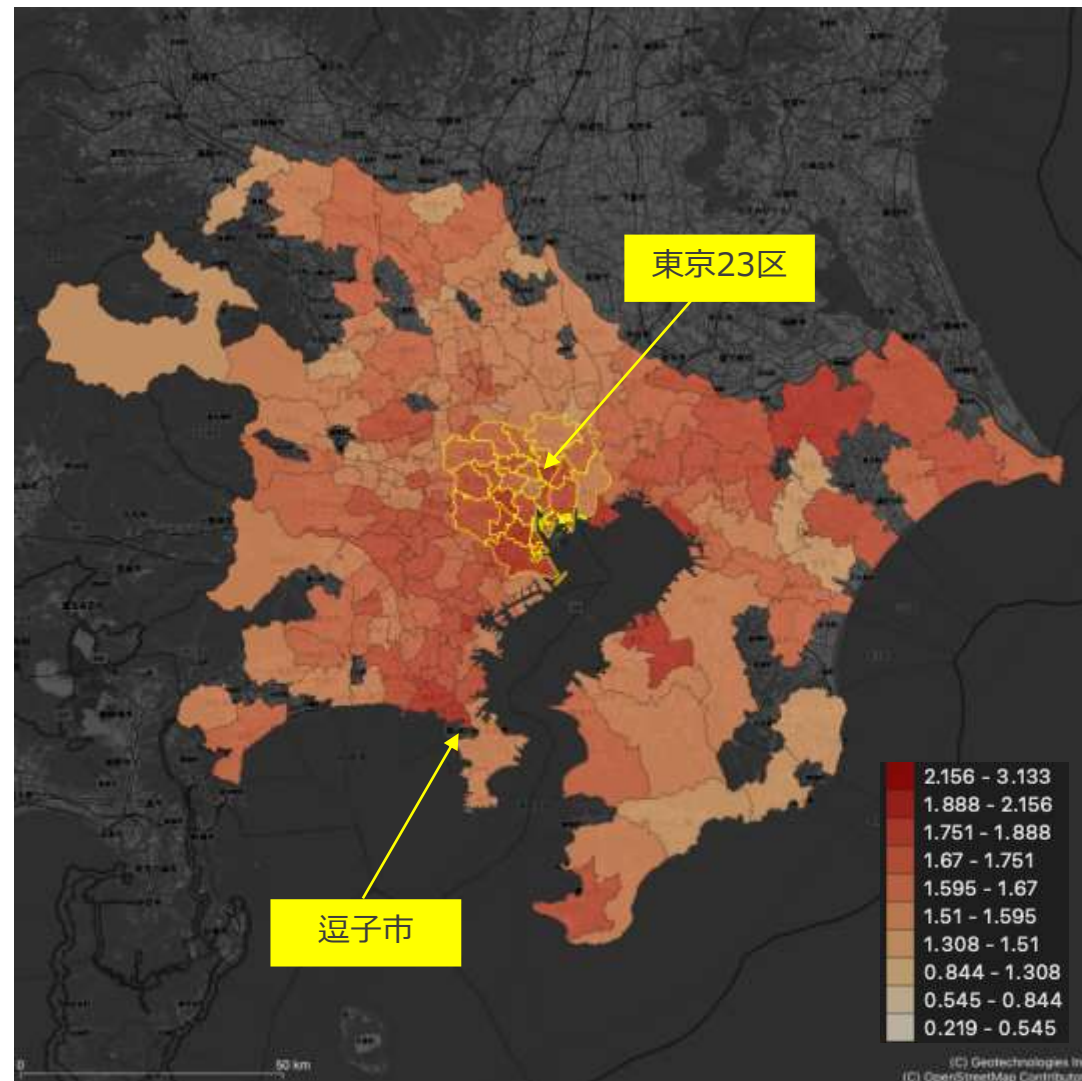
平日・週末ともに
逗子市がトップ

東京23区は
週末にランクイン

平日

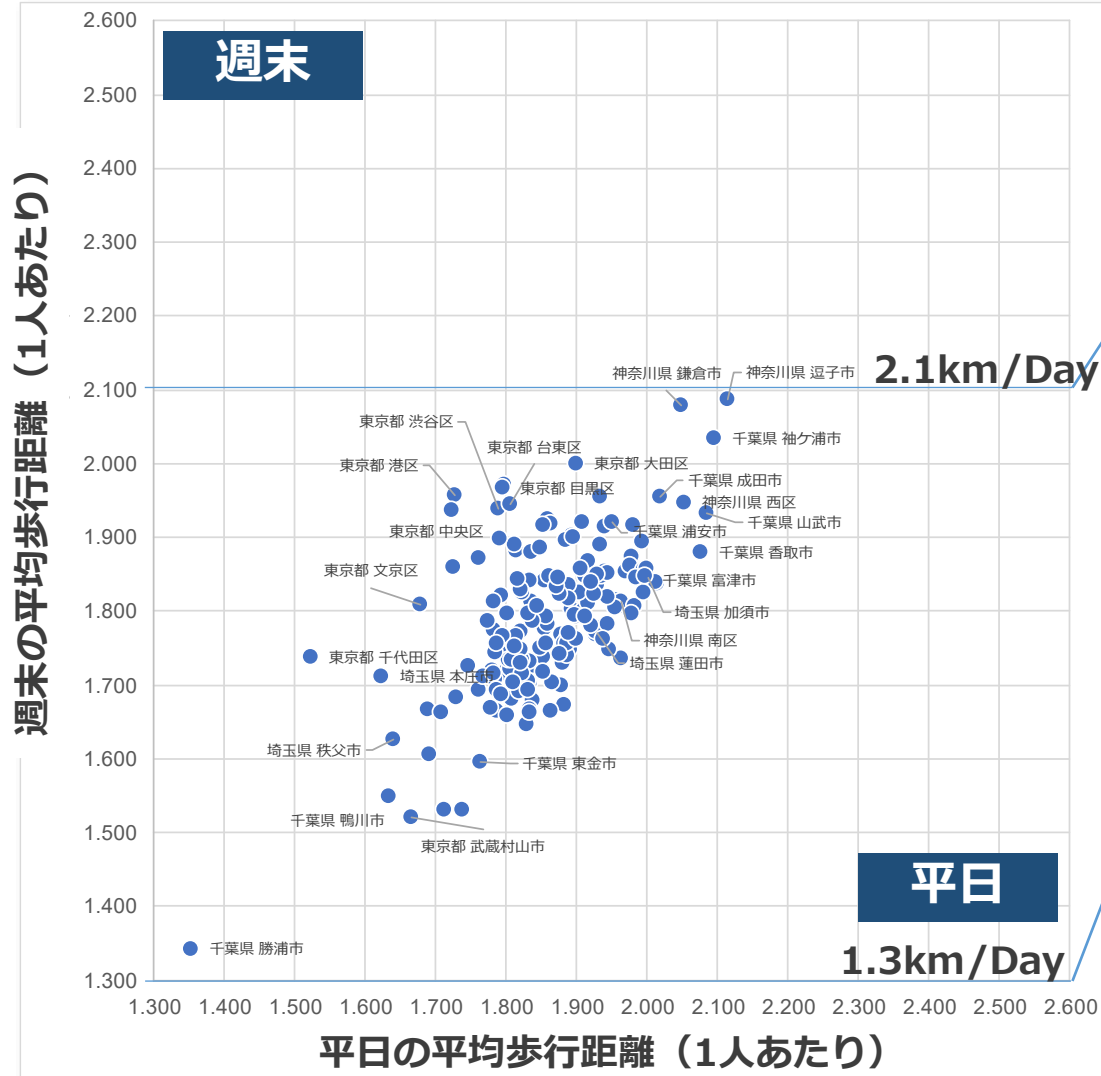


週末

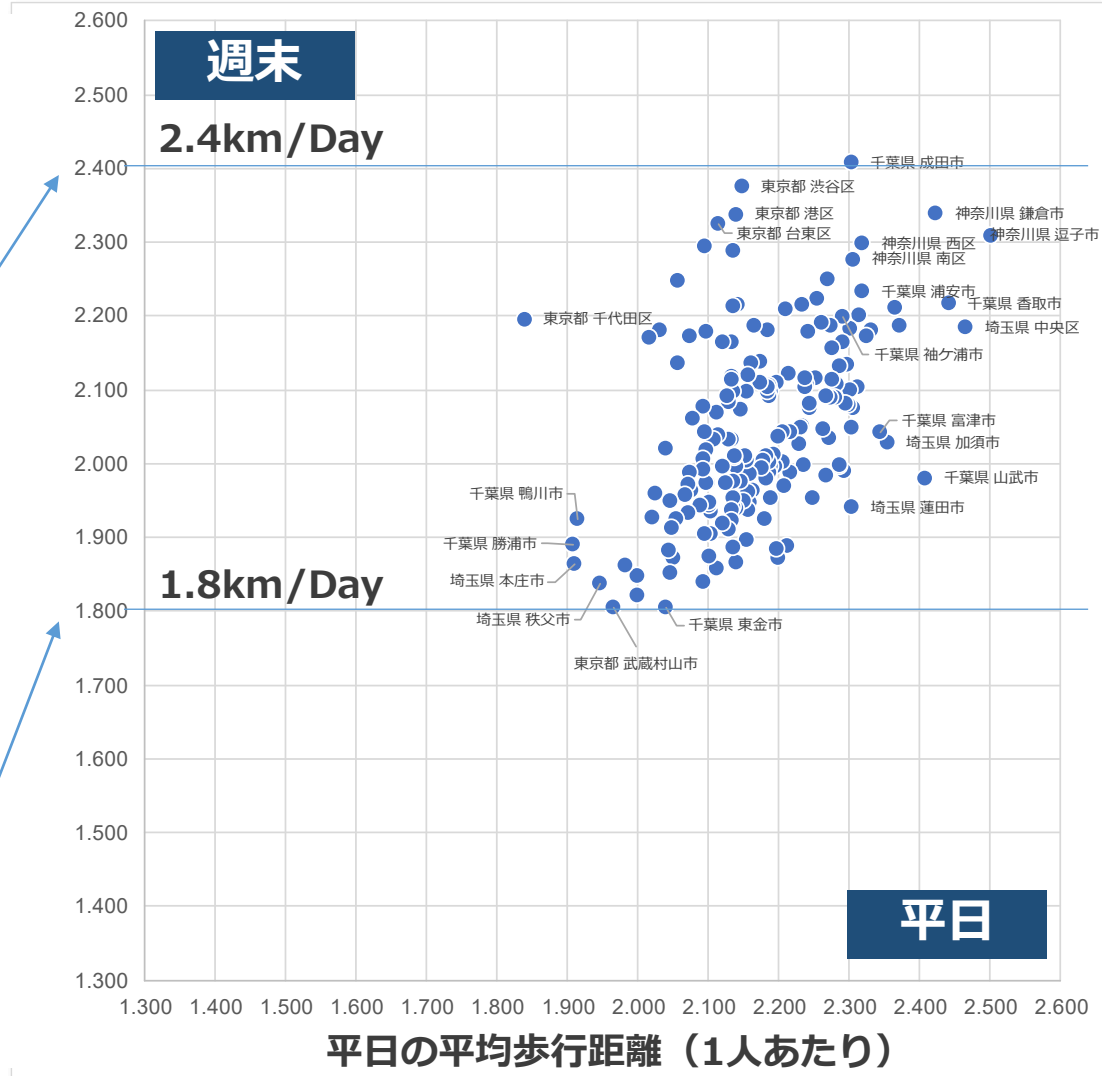


2次元プロット・期間比較

2022年3~4月



2022年5月



人流統計データ

人流データ × 地図データ

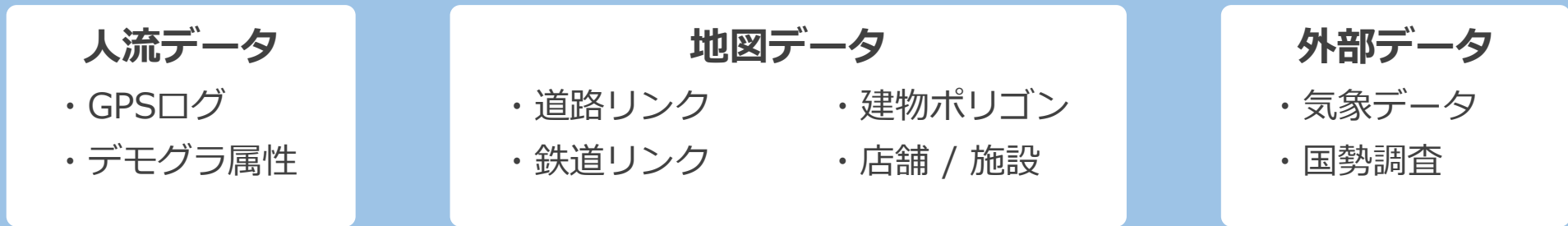
セグメント業界ごとの課題解決



GTケイパビリティ



GTアセット



通行量推定 (クルマ)

背景

年1回1日、人力で通行量調査を行うが
年間通じて定期的にはできない

元データ

自動車と推定された位置情報
×
道路ネットワーク

推計

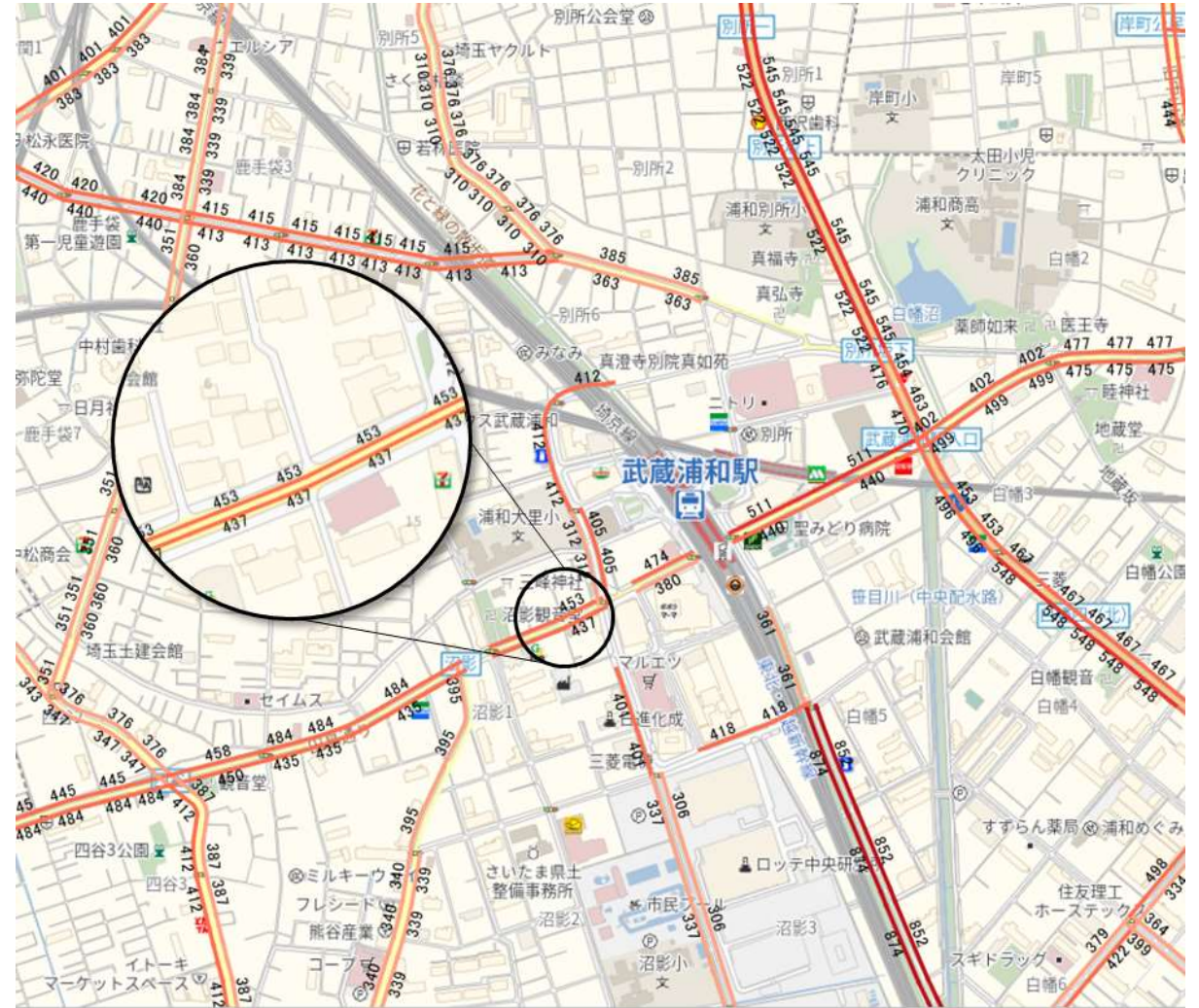
速度×車線数×ログ数

成果

道路リンク単位の通行量

網羅率 **85%**
+
性別年代

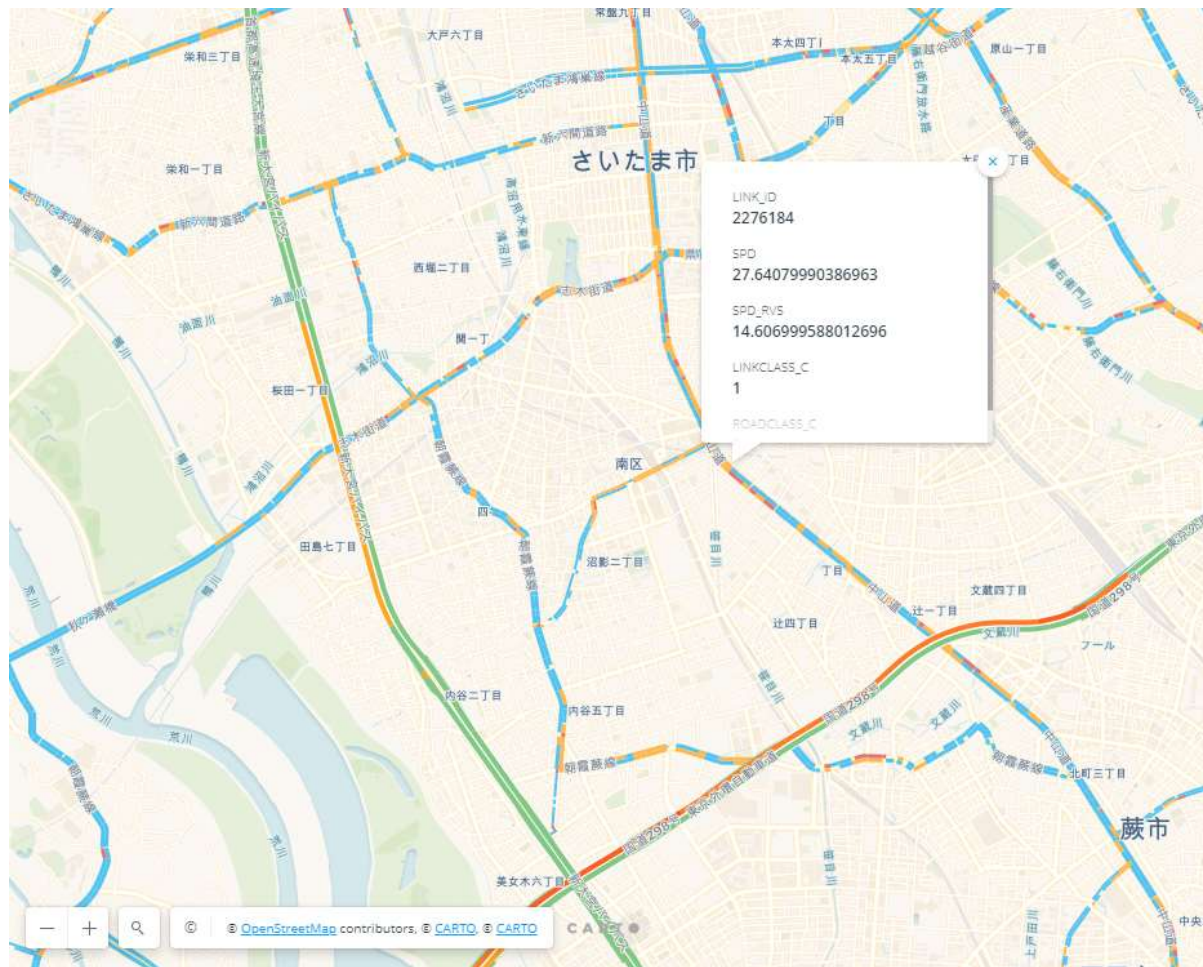
武蔵浦和駅：2021年10月の土曜日、12時-13時



渋滞統計 (旅行速度)

背景	従来のVICISの対象道路だけでは ルート所要時間の精度が不十分
元データ	乗り物と推定された位置情報 × 道路ネットワーク
推計	速度×ログ数
成果	道路リンク単位の旅行速度 網羅率 76% 更新頻度：年2回 (3月 / 9月)

さいたま市：秋9月-11月、月曜、8:00-8:15

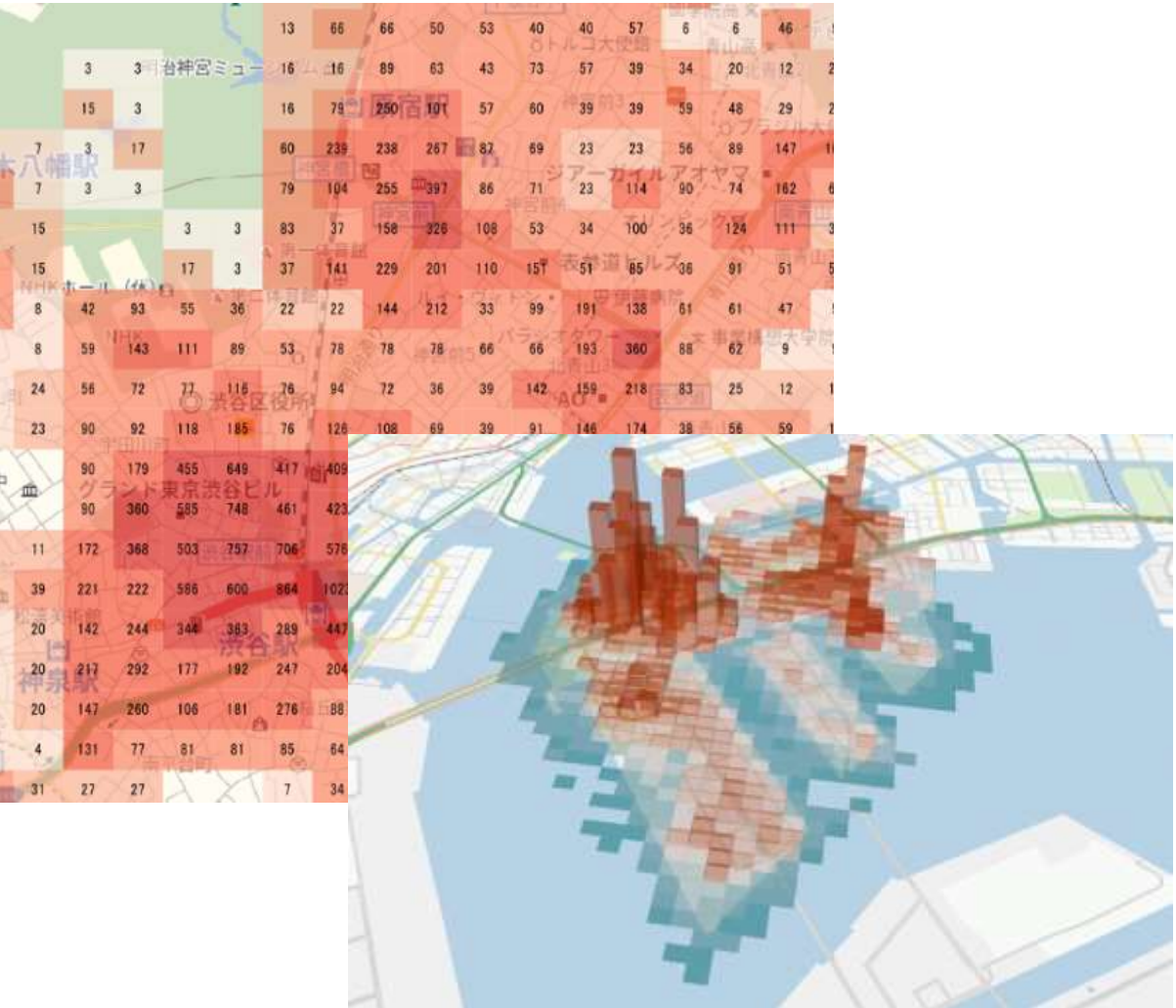


15日種別：春 / 初夏 / 夏 / 秋 / 冬×平日 / 土曜 / 日祝

人流メッシュ統計

背景	500mメッシュでは 人流分析には解像度が荒い
元データ	5分以上の滞留した位置情報 × 125mメッシュ
推計	滞留時間×ログ数
成果	500mメッシュに対して 解像度 16倍 + 性別年代

渋谷・原宿：7月、水曜、12-13時、20代女性



Snowflakeマーケットプレイスに、3つの人流統計データを、無料サンプルとして公開しています。

The screenshot shows the Snowflake Marketplace interface for GeoTechnologies, Inc. At the top, there is a search bar with 'geot' entered and navigation links for 'データ製品を閲覧する' and 'プロバイダー'. The main header displays the GeoTechnologies logo and the company name 'ジオテクノロジーズ株式会社 / GeoTechnologies, Inc.'. Below this, a descriptive paragraph in Japanese states: 'ジオテクノロジーズは、地図データと位置情報データを保有するデータプロバイダです。日本全国で保有しています。また、道路データに位置情報データをマッチングさせる技術も持っています。技術力により渋滞統計や通行量を提供することができます。交通事業の最適化や小売業の売り上げ予測を支援します。' This is followed by an English translation: 'GeoTechnologies is a data provider of map and location data. We have them all over Japan. We also have technology to match location information data with road data. Technology can provide congestion statistics and traffic volume. We support transportation business optimization and retail sales forecasting.' A '少なく表示' button is visible. The bottom section features three product cards, each with the GeoTechnologies logo, company name, product title, and a '無料' (Free) label:

- 渋滞統計サンプル/Historical Traffic Sample** (GeoTechnologies, Inc.)
- メッシュ滞在人口サンプル/Dynamic population samples** (GeoTechnologies, Inc.)
- 通行量データ サンプル/Traffic Volume data, sample** (豊洲 / 浜松エリアの通行量データ / The Traffic Volume data in Toyosu / Hamamatsu area.) (GeoTechnologies, Inc.)

リサーチ

トリアリサーチとは

- 「トリア」の位置情報に基づいたアンケート調査を実施
- 若年層モニターも含めてスピーディーにサンプル回収が可能

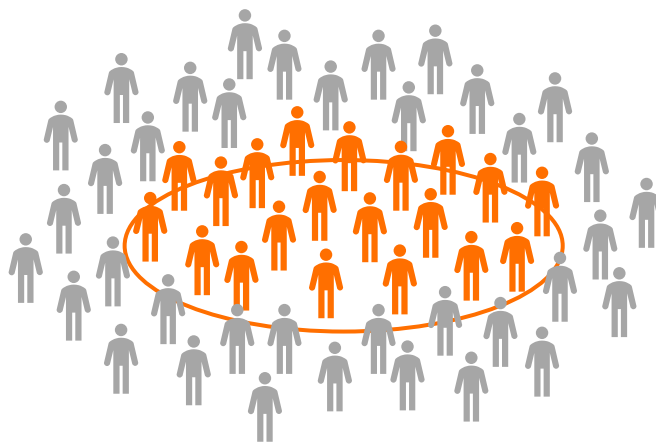
モニター

モニター数
約**630**万人

若年層10-30代
約**65**%

24時間の回収実績
約**10**万サンプル

人流データからスクリーニング



来訪歴や滞在歴など、ある場所に居た事実に基づいて調査対象者を抽出

アンケート



ユースケース

【ケース1】 イベント主催者様

目的：イベントの効果検証を行いたい。

空間条件：赤レンガ倉庫イベント広場（矩形）

期間条件：〇月/〇日 10～17時（開催期間）

滞在条件：30分以上滞在

属性条件：なし（ALL）



イベントの認知経路や来場動機、満足度、ご意見ご感想などをアンケートで調査できます。

【ケース2】 広告代理店様

目的：大型ビジョンの効果測定を行いたい。

空間条件：渋谷ハチ公前広場（半径30m）

期間条件：4週間（OOH広告の掲載期間中）

滞在条件：滞在時間0分（通過も含む）

属性条件：20歳代／女性



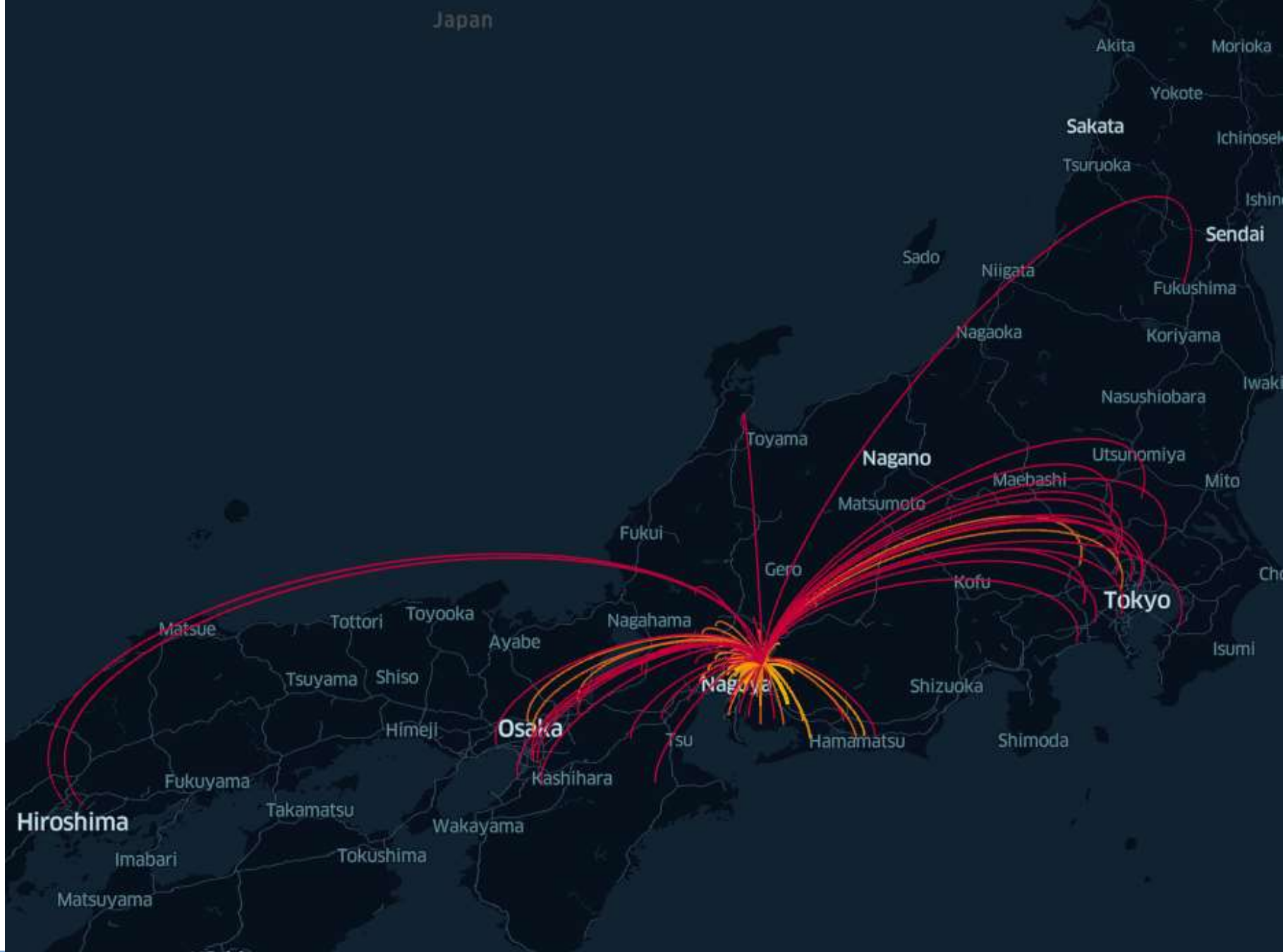
OOH/屋外広告の広告認知率やブランドリフト調査を行うことができます。

人流分析

観光動態

- 愛知県長久手市
- 愛・地球博記念公園
ジブリパーク含む

- 2022年11月1日にジブリ
パーク開園から11月18日ま
での人流分析



人流分析による結果

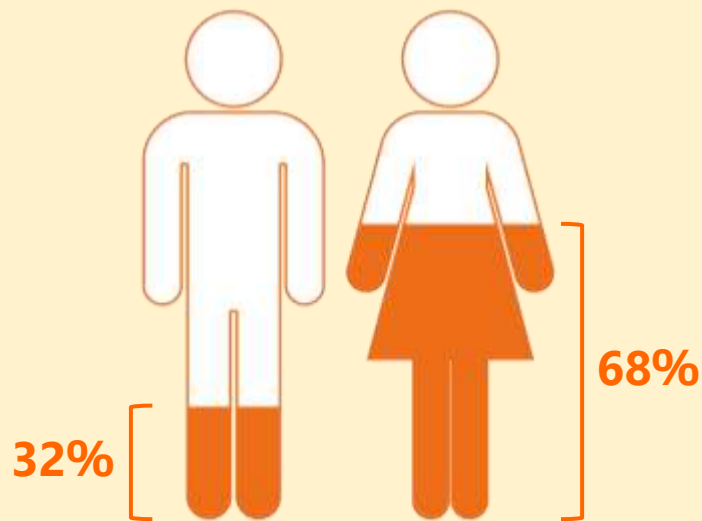
分析対象

愛・地球博記念公園に来訪したトリマユーザ3188人の属性情報を分析

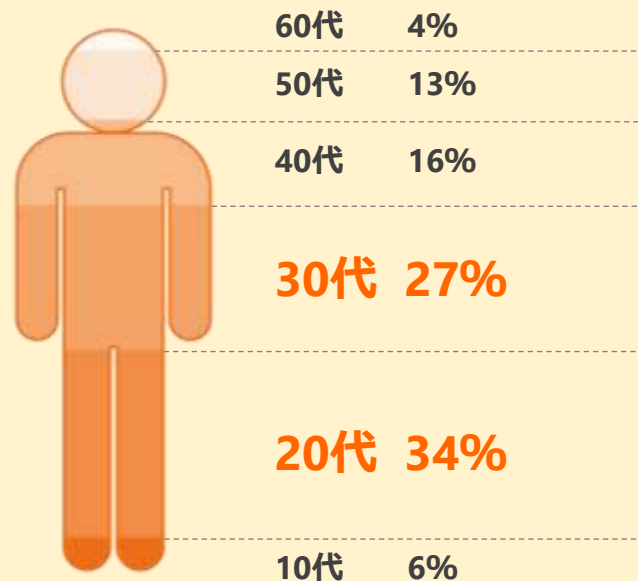
結果

- 来訪ユーザの特徴として、約7割が女性であり、20-30代が6割を占める
 - また愛知近隣からの来訪ユーザが76%であり、遠方他県からは24%であることが判明
- ※愛知近隣：愛知県、岐阜県、三重県

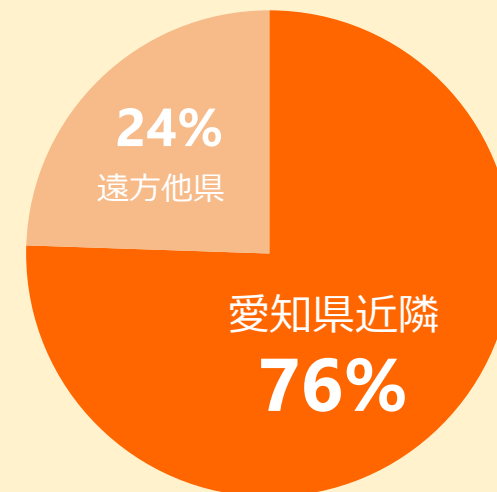
女性ユーザー：68%



20代~30代：61%



愛知近隣から：76%



観光消費の実態調査

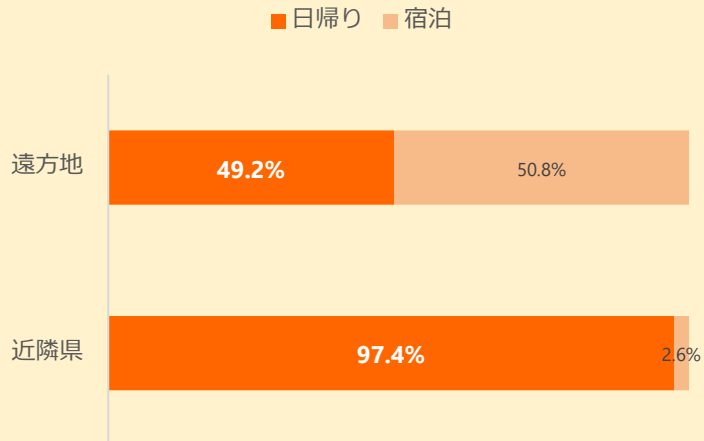
調査対象

ジブリパーク来訪ユーザ3,188人に11月19日から5日間でアンケート配信して、435件を回収

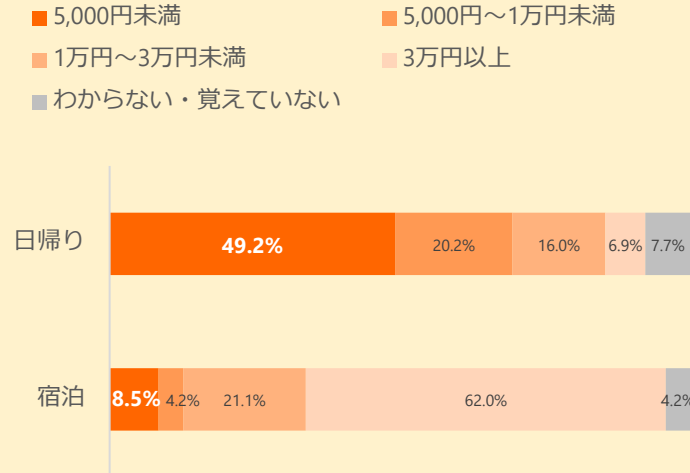
結果結果

- 愛知近隣は97%のほぼ全員が日帰りであり、**遠方他県でも宿泊は5割**にとどまる
- 旅程中の消費額は**日帰りは約5割が5千円未満**で、**宿泊は約6割が3万円以上の消費**であった
- 来訪ユーザの**興味関心は1位が国内旅行**で2位がグルメ・外食で、その他エンタメ関連が上位

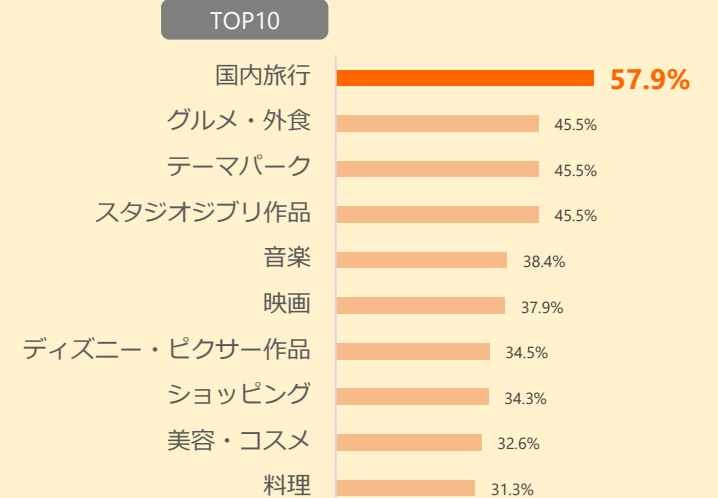
遠方他県でも日帰り5割



日帰りの5割が5千円未満



興味関心では6割が国内旅行



街づくりの来訪調査

調査対象

- 北九州市の主要駅周辺
- 1月下旬に**15分以上**来訪したユーザー約**2万人**に配信
500サンプルを5時間で回収

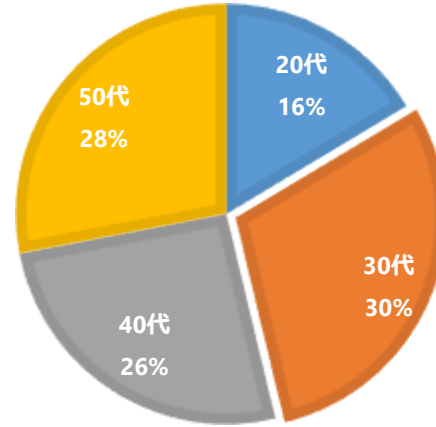
調査結果

- 県内に住む30代の来訪が最も多い
- 来訪目的の1位は**<買い物>**
- 街に望むもの1位は**<若い人が働ける場所>**
- 一方で**<車や自転車を気にせず、歩ける>**
<公園などがにぎわっている>の数値も高い

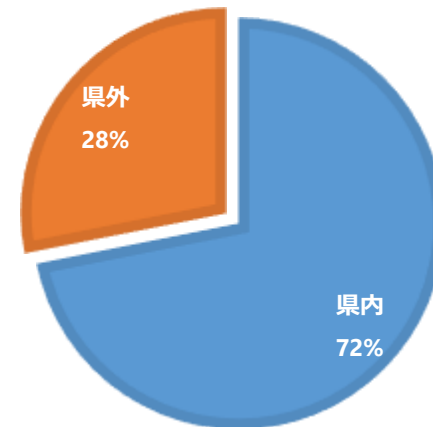
以上のことから、考えられる施策

- 企業や商業施設の誘致
- 道路と公園の整備

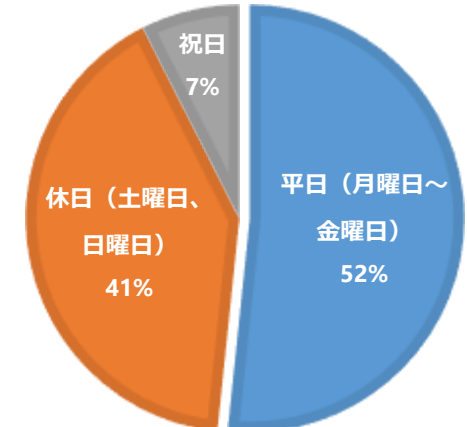
年齢



居住地



来街時期



クロス分析	街に望むもの									
	仕事や作業の場所	若い人が働ける場所	新しいビルで働く	自然を感じる	芸術や文化を感じる	車や自転車を気にせず、歩ける	様々な移動手段が欲しい	公園などがにぎわっている	写真を撮りたくなる場所が多い	
来街目的	仕事	145	149	141	135	139	154	118	140	141
	買い物	194	220	187	180	209	195	167	194	174
	飲食	72	90	73	67	79	74	67	77	69
	サービス消費	21	29	19	25	18	25	15	25	22
	娯楽	32	38	30	34	32	34	28	32	33
	観光	16	21	19	21	16	20	17	24	21
	イベント	12	17	12	13	14	13	11	12	15
	その他	57	57	48	53	47	47	35	55	53

屋外広告の効果測定

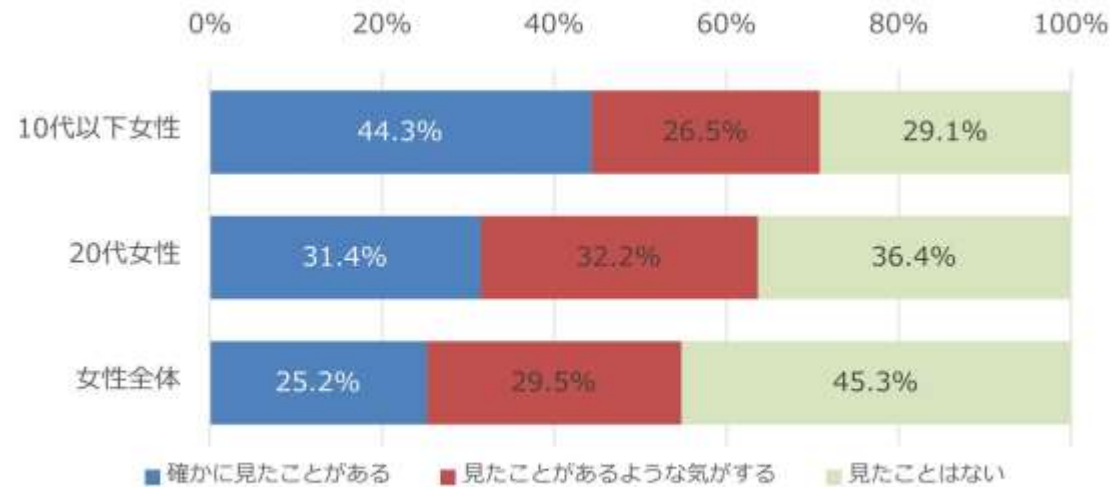
調査対象

- 渋谷スクランブル交差点にある大型ビジョン（シブハチヒットビジョン）
- 7月15日から1週間、視認エリアの訪問ユーザー約7万人に配信して、**1万サンプルを3日で回収**



調査結果

- コスメブランド「CANMAKE」のターゲットである若年層女性の広告認知を調査
- 10-20代女性の**広告認知率が67%**であることが判明
- 「CANMAKE」を知っているか調査し、**20代女性が90.3%**と高いブランド認知率であることが分かった



(「トリマリサーチ」調べ、n=5,466)

報道関係各位

2023年3月7日
ジオテクノロジーズ株式会社

若年層も含めた、網羅的に意見を収集する選挙情勢調査を提供開始

報道各社はより早く情報を公表でき、位置情報や属性データをもとに調査結果も更に深く分析可能に

「地球を喜びで満たそう」をミッションに掲げる ESG メタバースカンパニーのジオテクノロジーズ株式会社（本社：東京都文京区、代表取締役社長 CEO：杉原 博茂、以下「ジオテクノロジーズ」）は、株式会社 JX 通信社（本社：東京都千代田区、代表取締役 米重 克洋、以下「JX 通信」）が提供する新サービス「JX 通信社 ジオ情勢調査」にジオテクノロジーズのマーケティングリサーチサービス「トリマリサーチ」が採用されたことをお知らせいたします。4 月から始まる統一地方選からご利用可能です。

両社の業務提携により、電話調査の DX 化を推進し、新たなビジネス機会の創出を目指してまいります。将来的には、出口調査に必要な人的リソースを大幅に削減できるサービスも見据えています。

*スマートフォンアプリを活用した選挙情勢調査は国内初となります。（2023 年 3 月 JX 通信社調べ）





ジオテクノロジー株式会社

<https://geot.jp>