

あいちデジタルアイランドプロジェクト推進事業
データ活用実証事業 事業実施報告書

2026 年 3 月 25 日

KDD I 株式会社

目 次

1. 事業概要

- p. 6 1.1 事業目的
- p. 7 1.2 推進体制
- p. 8 1.3 事業スケジュール
- p. 9 1.4 事業実施内容

2. データの利活用に向けた調査等の実施

- p. 12 2.1 概要
- p. 13 2.2 他地域事例の調査
 - p. 14 2.2.1 イベント時の施策の効果検証
 - p. 15 2.2.2 観光地の現状把握
 - p. 16 2.2.3 訪日外国人観光客の動態把握
 - p. 17 2.2.4 訪日外国人観光客向けイベントの効果検証
 - p. 18 2.2.5 観光客の決済分析
 - p. 19 2.2.6 渋滞分析
 - p. 20 2.2.7 スタジアム周辺混雑状況緩和
 - p. 21 2.2.8 空港からの二次交通の最適化
 - p. 22 2.2.9 道路整備効果検討
 - p. 23 2.2.10 防災無線の配置最適化
 - p. 24 2.2.11 過去の災害発生時の人流分析、実態評価
 - p. 25 2.2.12 避難シミュレーション
 - p. 26 2.2.13 採用広告の最適化
 - p. 27 2.2.14 新店舗出店時の商圈分析
 - p. 28 2.2.15 店舗改装の効果検証
 - p. 29 2.2.16 製造業工場周辺の交通流の評価
- p. 30 2.3 エリアの調査
 - p. 30 2.3.1 総括
 - p. 32 2.3.2 分野別の傾向と特徴
 - p. 32 2.3.2.1 地形
 - p. 34 2.3.2.2 人口動態・社会構造
 - p. 36 2.3.2.3 産業
 - p. 38 2.3.2.4 まちづくり

p. 40	2. 3. 2. 5 交通
p. 42	2. 3. 2. 6 観光
p. 44	2. 3. 2. 7 防災
p. 46	2. 4 活用パターン
p. 47	2. 4. 1 来訪者、地域回遊性の可視化
p. 48	2. 4. 2 エリア混雑状況の可視化
p. 49	2. 4. 3 インフラ投資効果の可視化
p. 50	2. 4. 4 交通渋滞状況の可視化
p. 51	2. 4. 5 避難誘導の最適化
p. 52	2. 4. 6 情報配信の最適化
p. 53	2. 4. 7 商圈の可視化
p. 54	2. 4. 8 レイアウトの最適化
p. 55	2. 4. 9 物流ルート of 最適化
p. 56	2. 4. 10 ニーズの可視化

3. セミナーの開催

p. 58	3. 1 第1回セミナーの開催報告
p. 59	3. 2 第2回セミナーの開催報告
p. 61	3. 3 第3回セミナーの開催報告

4. 実証

p. 64	4. 1 概要
p. 65	4. 2 愛知県内における訪日外国人観光客の傾向
p. 65	4. 2. 1 訪日外国人観光客の人流データの説明
p. 67	4. 2. 2 愛知県内における訪日外国人観光客の人流データの分析
p. 67	4. 2. 2. 1 愛知県の訪日外国人観光客の滞在者数
p. 68	4. 2. 2. 2 訪日外国人観光客の愛知県内滞在ヒートマップ
p. 70	4. 2. 2. 3 訪日外国人観光客が愛知県内に滞在する時間帯
p. 83	4. 2. 2. 4 愛知県を訪れる訪日外国人観光客の国籍
p. 86	4. 2. 3 愛知県内における訪日外国人観光客の人流データの分析結果の まとめ
p. 87	4. 3 愛知県内における訪日外国人観光客の行動変容実証
p. 87	4. 3. 1 広告配信ソリューションの実証内容
p. 93	4. 3. 2 広告配信ソリューションの効果検証
p. 95	4. 3. 2. 1 訪日外国人観光客に対する実証で配信した広告の配信数 /記事閲覧数

p. 99	4. 3. 2. 2	訪日外国人観光客に対する実証の広告配信効果①
p. 103	4. 3. 2. 3	訪日外国人観光客に対する実証の広告配信効果②
p. 108	4. 3. 2. 4	実証によって確認された訪日外国人観光客の行動変容①
p. 111	4. 3. 2. 5	実証によって確認された訪日外国人観光客の行動変容②
p. 114	4. 3. 2. 6	アンケート結果
p. 116	4. 4	実証の総括

5. 事業総括

p. 118	5. 1	事業の総括
--------	------	-------

1. 事業概要

1.1 事業目的

事業名

あいちデジタルアイランドプロジェクト推進事業（データ活用実証事業）

事業の目的

愛知県は、2026 年に開催されるアジア競技大会等を見据え、海外からのゲートウェイとなる中部国際空港島及び周辺地域を、先端デジタル技術の実証意向があるテック企業、スタートアップ等を誘引する「革新的事業・サービスのオープンイノベーションフィールド」として位置づけ、実証の取組を県内外に横展開し、2030 年に普及が見込まれる各種サービスやソリューションの早期社会実装の実現を目指す「あいちデジタルアイランドプロジェクト」を実施している。

本事業では、国際的な大規模イベント開催時の新たなサービス創出や来訪者の利便性の向上を目指し、必要なデータの利活用の調査の実施と、データの収集、分析及びデータを活用した実証実験を実施する。

1.2 推進体制

推進体制

以下の体制により本事業の推進を行った。

発注者	愛知県
受託主体者	KDDI 株式会社



1.3 事業スケジュール

事業スケジュール

以下のスケジュールで調査および実証の推進を行った。

	2025 年							2026 年		
	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月
調査	他地域事例の調査									
	エリアの調査									
						活用パターンの作成				
		①				②				③
実証	データ分析		実証（9/1～12/24）					効果検証		

- ① 第1回セミナー開催 2025 年 7 月 29 日
- ② 第2回セミナー開催 2025 年 11 月 5 日～11 月 7 日
- ③ 第3回セミナー開催 2026 年 3 月 17 日

1.4 事業実施内容

1. データの利活用に向けた調査等の実施

愛知県で必要とされるデータの活用方法について、以下の観点から調査を実施した。

ア. 他地域事例の調査

人流や交通、訪日外国人（インバウンド）などに関するデータを分析し、それらを活用した実証に取り組んでいる地域や企業・団体の事例や、そこで見えてきた課題などについて調査した。なお、この調査には、愛知県外の地域や企業・団体も含まれる。

イ. エリアの調査

各種データや、先に調査した他地域の事例との比較を通じて、愛知県が国内のほかの地域と比べてどのような傾向や特徴を持っているかを明らかにした。

ウ. 活用パターンの作成

国際的な大規模イベントが開催される際に、新しいサービスの創出や来場者の利便性向上につながるよう、さまざまなデータ活用のパターン（使い方の例）を複数作成した。これは、これまでに行った他地域の事例調査や、愛知県内の傾向と特徴の調査結果をふまえて整理したものである。特定の業種に限らず、データを活用した販売戦略、動向予測、一人ひとりに合わせた情報提供（パーソナライズ）やおすすめの提示（レコメンド）など、幅広い分野で使える多様な活用パターンを検討した。

エ. セミナーの開催

（ア）から（ウ）の調査をふまえ、企業や団体が抱える課題にあわせて、人流データなどのビッグデータの収集や、先端デジタル技術を活用した分析ツール、それらを用いたビッグデータ活用事例について学べるセミナーを複数回開催した。これらのセミナーを通じて、参加者のデータ活用に対する理解と関心を高めることを目指した。

2. データを活用した実証

愛知県では、今後、国際的な大規模イベントの開催により訪日外国人観光客の増加が見込まれることから、データを活用した実証事業を行った。位置情報データを活用した広告配信ソリューションが訪日外国人観光客の行動変容へ与える効果を検証し、回遊促進につながることを目指し、インバウンドデータや人流データを収集・分析し、愛知県内で分析したデータを活用したソリューションの実証を実施した。

ア. データ取得

<取得データの種類、取得方法>

訪日外国人（インバウンド）に関するデータに加えて、人流データなど、分析に必要なビッグデータを収集した。

<取得エリア>

愛知県内全域に加え、名古屋駅や中部国際空港など、人の行き来が多いエリアを対象とした。

<取得期間>

2024 年 9 月～12 月、2025 年 9 月～12 月

イ. 取得データの加工、分析

収集したデータは、グラフや地図などで見やすく可視化できる「ダッシュボード」などのツールを使って表示し、分析を実施した。

ウ. 取得データの活用

分析したデータをもとに、愛知県内の事業者が抱える課題の解決に役立つ実証を実施した。本実証は、訪日外国人の滞在や体験をより魅力的なものにするとともに、観光客の分散を促すことや、広告配信によって訪日客の行動がどのように変化するかを検証し、回遊促進につなげることを目指した。

エ. アンケート等による効果検証

本実証の利用者に対するアンケート等を実施し、その効果を測定した。

2. データの利活用に向けた調査等の実施

2.1 概要

調査の背景・目的

愛知県では、今後予定されている国際的な大規模イベントの開催に伴い、訪日外国人観光客の増加が見込まれている。これにより、訪日外国人観光客の滞在・体験価値の向上、目的地までの移動利便性の向上、会場周辺における入退場時の混雑緩和、消費行動の喚起など、愛知県の魅力向上および情報発信力の強化に資する取組が求められている。

このような背景を踏まえ、本調査では、国際的な大規模イベント開催時における新たなサービスの創出や来訪者の利便性向上を目的として、関連データの収集・分析およびデータ利活用の可能性に関する調査を実施する。

調査目的

本調査の目的は、国際的な大規模イベント開催時の新たなサービス創出および来訪者の利便性向上につながる、データ利活用の方向性や示唆を明らかにすることである。

調査内容

本調査では、以下の内容を実施した。

1. 他地域事例の調査

人流・交通・インバウンド等に係るデータ分析や、データを活用した実証事業を実施している国内外の地域・企業を対象に、その活用事例、運用実態および課題等を整理し、他地域事例として取りまとめた。

2. 中部国際空港島・周辺地域および愛知県の傾向・特徴の分析

国内の他地域との比較を通じて、中部国際空港島およびその周辺地域ならびに愛知県全体の傾向や特徴を把握するため、関連データの収集・分析を行った。

3. データ活用パターンの作成

上記1および2の調査結果を踏まえ、国際的な大規模イベント開催時の新たなサービス創出および来訪者の利便性向上につながるデータ活用の具体的な活用パターンを整理・作成した。

2.2 他地域事例の調査

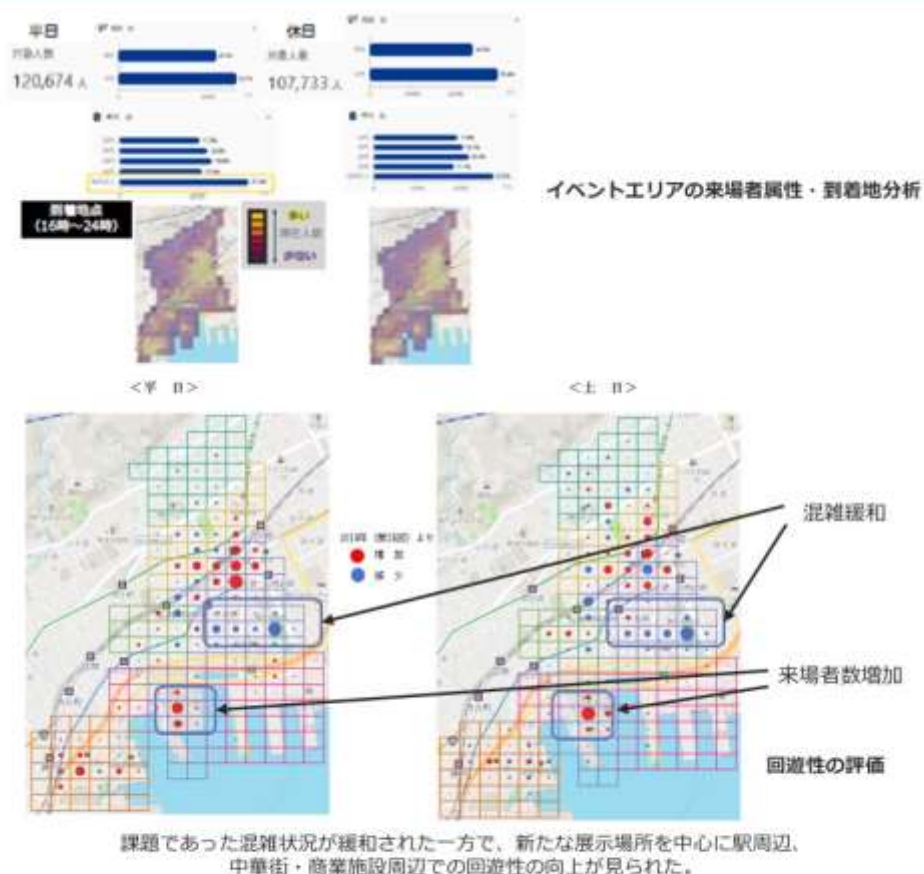
他地域事例の調査の一覧

他地域事例
2.2.1 イベント時の施策の効果検証
2.2.2 観光地の現状把握
2.2.3 訪日外国人観光客の動態把握
2.2.4 訪日外国人観光客向けイベントの効果検証
2.2.5 観光客の決済分析
2.2.6 渋滞分析
2.2.7 スタジアム周辺混雑状況緩和
2.2.8 空港からの二次交通の最適化
2.2.9 道路整備効果検討
2.2.10 防災無線の配置最適化
2.2.11 過去の災害発生時の人流分析、実態評価
2.2.12 避難シミュレーション
2.2.13 採用広告の最適化
2.2.14 新店舗出店時の商圈分析
2.2.15 店舗改装の効果検証
2.2.16 製造業工場周辺の交通流の評価

2.2.1 イベント時の施策の効果検証

人流データを用いて、イベント実施時の施策の効果検証をするとともに、次年度に向けた施策を検討

背景・課題
ある観光地域づくり法人においては、イベント実施時に回遊性の向上および市内滞在時間の増加を目的とした複数の施策を展開していたが、その効果を定量的に検証できておらず、施策の成果把握が課題となっていた。
分析手段
イベント期間の人流データを用いて、前回イベント時の比較を通じ、来場者属性・回遊性・市内の滞在時間の変化を把握し、実施した施策の効果を検証。
成果・展望
前回イベントとの比較により、課題だった混雑緩和、滞留地点の分散、市内回遊性の向上が確認できた。分析結果を踏まえ、次回イベントに向けた施策検討を行う。
分析イメージ



2.2.2 観光地の現状把握

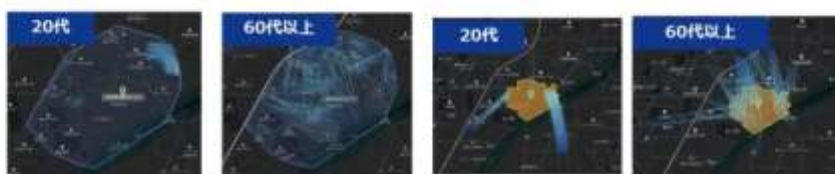
人流データを用いて、観光活性化に向けた現状把握、施策を検討

背景・課題
富田林市においては、観光地における来訪者属性や回遊状況、来訪経路の実態が十分に把握できておらず、これらのデータに基づく集客力向上に向けた施策の検討が求められていた。
分析手段
人流データを活用し、対象観光地への来訪者に着目して分析。来訪者の性別・年代・居住地等の属性情報に加え、観光地内における回遊状況、来訪経路（出発地点）、移動手段等を多角的に分析した。
成果・展望
若年層の滞在促進に向けた施策検討や、従来認知できていなかった観光資源の活用、関係機関との連携強化による周遊促進が進められた。
分析イメージ

観光客の回遊、来訪経路に関する分析

対象エリア内の回遊

対象エリアへの来訪経路



富田林市への流入

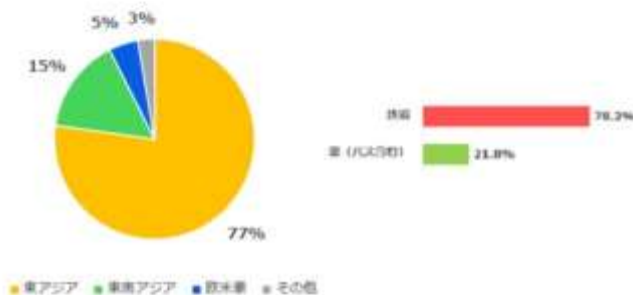
出典：富田林市。"KDDI株式会社及び株式会社GEOTRAとの人流ビッグデータを活用した移動動態分析実証実験に係る事業連携協定の締結,"
富田林市公式ウェブサイト, 2022-11, <https://www.city.tondabayashi.lg.jp/soshiki/36/82942.html>, (参照 2026-02-17)

2.2.3 訪日外国人観光客の動態把握

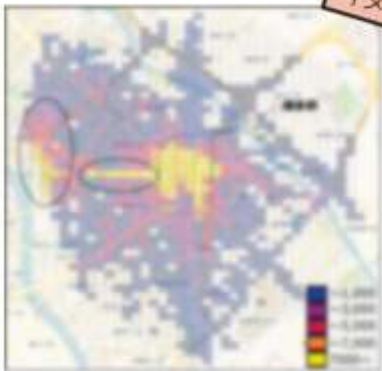
インバウンド人流データを活用し、ターミナル駅周辺の観光客動向を把握し、案内表示の内容を検討

背景・課題
ある鉄道事業者においては、ターミナル駅周辺における訪日外国人観光客の動態を十分に把握できておらず、移動先を踏まえた駅構内の案内表示の最適化が課題となっていた。
分析手段
インバウンド人流データを用いて、訪日外国人観光客の国籍・回遊行動、移動手段、到着地点を分析。
成果・展望
可視化された訪日外国人観光客の移動実態を踏まえた駅構内案内表示の最適配置を検討及び推進することができた。今後は、乗換動線の誘導強化など、具体的な動線改善施策への展開が期待される。
分析イメージ

訪日外国人観光客の属性、移動手段



訪日外国人観光客の周辺・到着地点に関する分析



2.2.4 訪日外国人観光客向けイベントの効果検証

インバウンド人流データを活用し、イベント実施時における訪日外国人観光客の動向を平常時と比較・分析

背景・課題
あるイベント企画事業者では、インバウンド需要の取り込みを目的としてナイトタイムエコノミーに係るイベントを実施していた。しかし、訪日外国人の移動実態を把握できておらず、次期施策に十分に反映できていない状況が課題となっていた。
分析手段
イベント実施時と平常時の訪日外国人観光客について、国籍等属性情報やイベントエリア周辺の回遊状況を比較分析し、イベント開催が来訪動向および周辺回遊に与える影響を定量的に検証。
成果・展望
訪日外国人観光客の国籍・回遊行動の把握を通じて、イベントによる効果を定量的に把握。分析結果を踏まえ、次回イベントに向けた施策検討を行う。
分析イメージ

訪日外国人観光客の流入量の国籍別変化



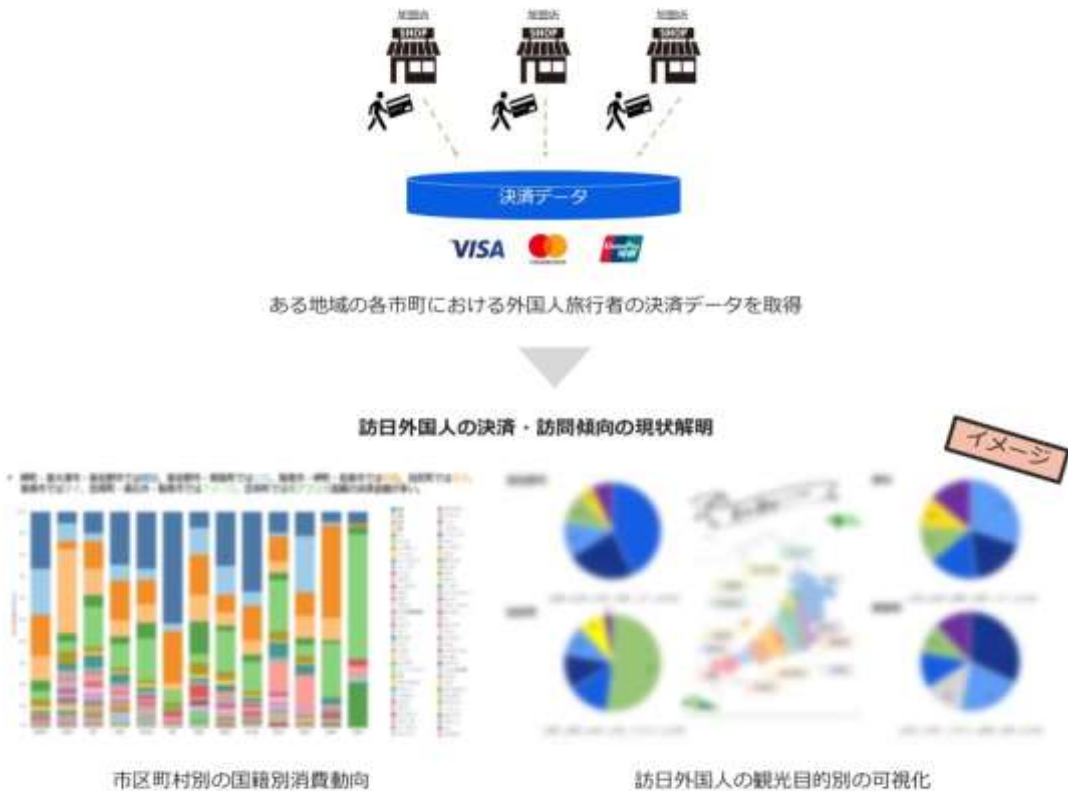
訪日外国人観光客の回遊に関する分析（平常時 vs イベント時）



2.2.5 観光客の決済分析

クレジットカード会社と連携し、外国人旅行者の決済データをもとに、同エリアの旅行消費動態を分析

背景・課題
ある観光地域づくり法人においては、特定の地域を訪れる観光客（特に訪日外国人）の来訪元および消費行動を十分に把握できておらず、その実態を踏まえた施策の検討が課題となっていた。
分析手段
訪日外国人観光客を国籍別に分類し、来訪人数および消費額（総額・一人当たり単価）を算出。さらに消費先を業種別に分類することで消費目的を整理し、国籍間の消費傾向の差異を比較分析。
成果・展望
クレジットカード決済データを活用することで、既存の観光施策の効果を検証。今後、外国人旅行者の旅行消費動態に基づく観光戦略を検討する。
分析イメージ



2.2.6 渋滞分析

交通流再現データをもとに、地域内の移動実態を把握し、渋滞対策を検討

背景・課題
鳥取県では、交通需要を評価・予測するための基礎データに乏しく、市街地や観光地で慢性的な交通渋滞が発生しているものの、十分に評価・解析できていない状況となっていた。
分析手段
交通流再現データを用いて、市街地・観光地等の渋滞箇所における、移動実態・要因を分析。
成果・展望
渋滞要因となるターゲットの抽出、実際の移動経路を補足することができ、効果的な施策の実施につながった。
分析イメージ

鳥取県内の交通流を再現



渋滞要因の評価（大型連休期間 vs 平常時）



出典：株式会社GEOTRA、「令和4年度 ビッグデータ活用による旅客流動分析実証実験事業 成果報告書（鳥取県県庁における人流データ・シミュレーション技術等を活用した旅客流動分析及び広域交通マネジメント手法の検討）」、「国土交通省、2023-03、<https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/soukou/content/001608924.pdf>。（参照 2026-02-17）

2.2.7 スタジアム周辺混雑状況緩和

スタジアム建設候補地の中からファン層の来訪経路やアクセス利便性を考慮したうえで最適な立地を検討

背景・課題
一般社団法人美国タウンマネジメントでは、試合終了後のスタジアム周辺域における人流および交通渋滞の緩和を目的として、時差出庫や滞留空間の創出を検討していた。検討の一環として、特定の試合日において社会実験を実施していた。
分析手段
人流データを用いて、試合終了後の人流・交通渋滞の実態を把握した上で、社会実験前に時差出庫・滞留空間創出時のシミュレーションを行うとともに、社会実験後の効果検証を行う。
成果・展望
効果が高いと想定されるケースを選定した上で、社会実験を実施することができた。同結果をもとに、地域住民・スタジアム関係者等とともに対策の検討を進める。
分析イメージ



出典：国土交通省 都市局、さいたまスマートシティ推進コンソーシアム、「令和 4 年度 技術研究開発費補助金（スマートシティ実証化支援事業）報告書」"国土交通省, 2024-03, <https://www.mlit.go.jp/toshi/tosiko/content/001741506.pdf>, 〈参照 2026-02-17〉

2.2.8 空港からの二次交通の最適化

人流データ・既存交通網から需要と供給の差異を可視化し、既存の公共交通機関の課題を可視化・抽出

背景・課題
ある建設コンサルタントでは、対象地域において空港と港が近接しているものの移動手段が乏しい状況にあり、観光・物流・地域移動を支援することを目的に、主要拠点を結ぶバス循環路線や定額タクシーの導入の必要性について検討が進められていた。
分析手段
人流データを活用し、既存交通網と比較することで、対象エリアにおけるカバーされていない移動需要（需給ギャップ）を可視化し、有効かつ現実的な施策を検討。
成果・展望
需給ギャップの大きい区間を可視化し、空港・港と主要拠点を結ぶ移動手段の整備を提案。地域交通の利便性向上と交流人口の拡大が期待される。
分析イメージ

需給ギャップの可視化



2.2.9 道路整備効果検討

交通流再現データをもとに地域内の移動実態を把握し、道路整備による移動変化・ストック効果を分析

背景・課題

ある建設コンサルタントでは、従来のETC2.0プローブデータ等を用いた効果検証においてデータ仕様上の制約が課題となっていた。そのため、移動目的別などの詳細な分析や効果検証を十分に実施できていない状況にあった。

分析手段

交通流再現データを用いて、地域内の移動実態を把握、整備前後の効果を分析、災害発生時の交通流シミュレーションを実施し、平常時との差異を分析。

成果・展望

道路整備により、通勤・通院等の日常移動における所要時間が短縮され、生活利便性が向上することが確認された。また、災害発生時のシミュレーション結果から、医療機関の配置状況および到達所要時間の観点からアクセス性を評価した。

分析イメージ

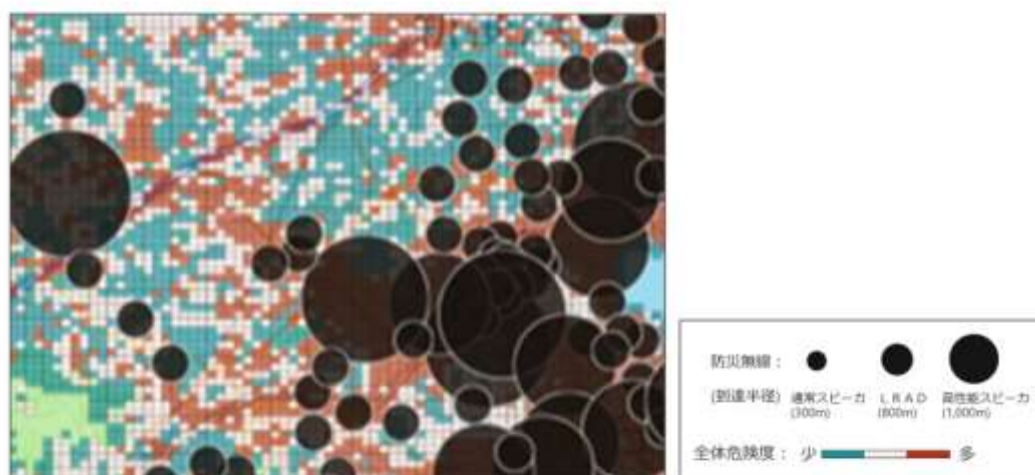


2.2.10 防災無線の配置最適化

ハザードマップと人流データを活用し、防災無線の最適配置を検討

背景・課題
ある自治体では、従来の防災無線の設置・維持管理に多大なコストを要していることが課題になっていた。そのため、防災無線の配置の適正性を評価することを検討していた。
分析手段
ハザードマップと人流データ（滞在人口や高齢者割合）を活用し、各エリアの危険度を評価した上で、防災無線の既存配置と重ね合わせることで、配置の適正性を検証する。
成果・展望
各エリアの危険度と防災無線の到達範囲を重ね、既存配置の適正を評価。今後の再配置や補完策の検討に資する情報を得ることができた。
分析イメージ

対象エリアの危険度の可視化・防災無線の重ね合わせ

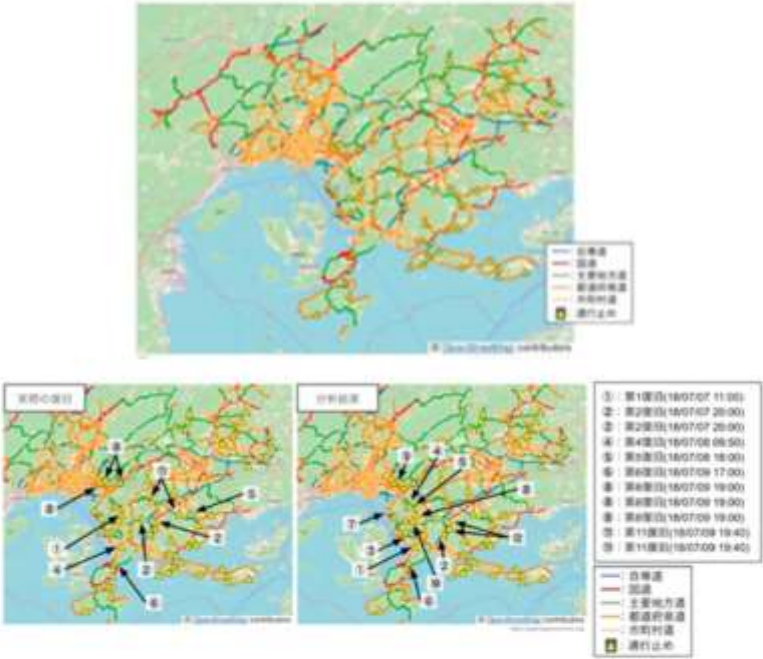


2. 2. 11 過去の災害発生時の人流分析、実態評価

過去に発生した災害時の実際の避難行動の実態を把握し、避難における課題や改善余地を評価

背景・課題
ある自治体では、AIカメラ等では把握が困難な広域的な防災対応が課題となっていた。そのため、避難経路の可視化や道路復旧の優先度評価を行うことを検討していた。
分析手段
ハザード災害時の人流データを用いて当時の状況を再現し、復旧道路の優先順位をシミュレーションするとともに、実際の復旧実績との比較・評価を実施する。
成果・展望
道路啓開シミュレーションにより、実際の対応と理想的な順序を比較・評価し、今後の優先順位設定や迅速な対応策の高度化につながる知見を得た。
分析イメージ

災害時の人流・交通状況を再現



2. 2. 12 避難シミュレーション

地震時の被害状況と移動条件を踏まえた人流シミュレーションにより、避難所の収容力と避難完了時間を定量的に評価

背景・課題

ある自治体では、地震発生時の避難需要と避難所の受入能力を十分に把握できておらず、実効性ある避難計画の検証が課題となっていた。そのため、建物被害や道路状況、移動速度の変化を考慮し、避難所の収容力および避難完了時間を評価することを検討していた。

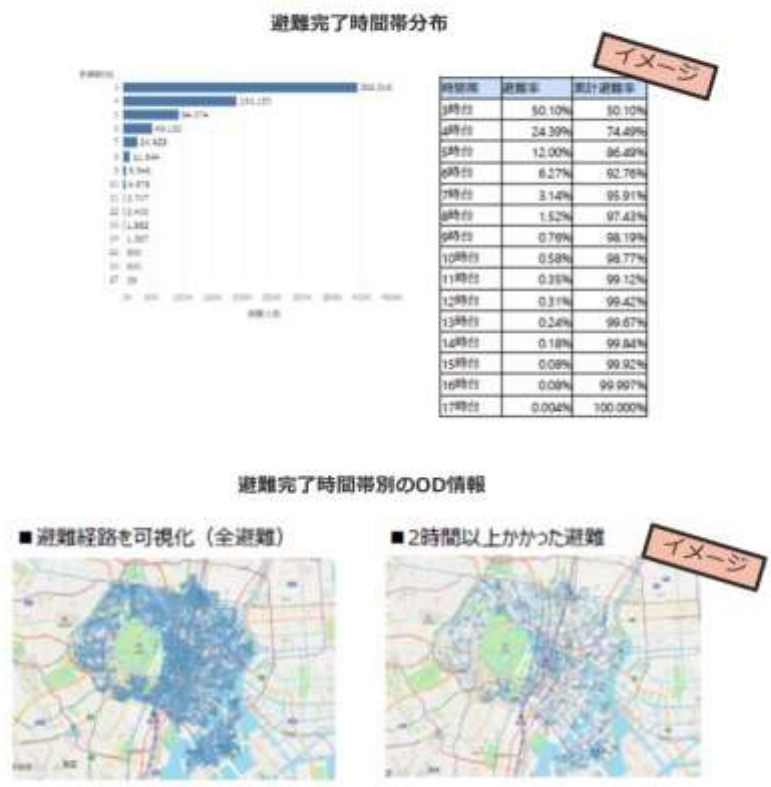
分析手段

建物倒壊や道路被害を踏まえた道路ネットワーク構築や、避難対象者の抽出を行った上で人流シミュレーションを実施し、避難状況を再現。

成果・展望

道被害想定を踏まえた避難行動の再現により、避難所の収容力の過不足を評価。今後の避難計画や防災対策の高度化に貢献。

分析イメージ



2. 2. 13 採用広告の最適化

新たに構築したデータ処理モデルから、最適な広告出稿エリアを検証

背景・課題

あるBPOサービス事業者では、昨今の人手不足等の社会的要因により安定的な人材確保が困難となっている中、広告の配信場所やターゲット選定の最適化について改善の余地があり、最適化が課題となっていた。

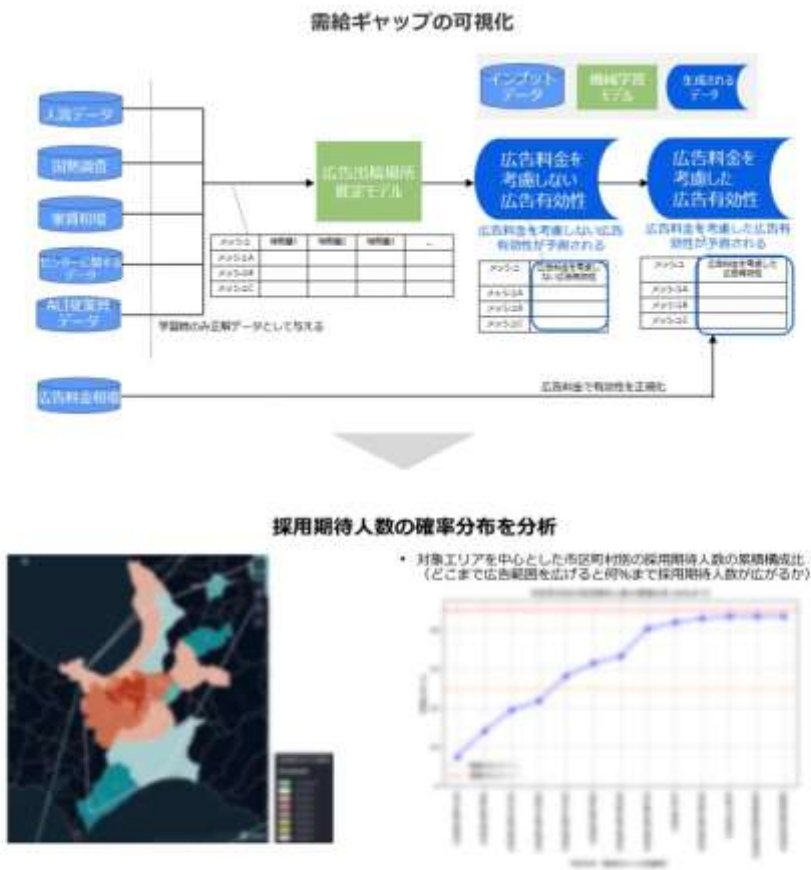
分析手段

採用活動実施時の広告出稿場所の最適化を目指し、従業員情報に人流データおよび施設情報を掛け合わせたデータ処理モデルを構築。対象エリアと広告出稿範囲の大小による採用期待人数の分布を分析。

成果・展望

分析結果を踏まえて出稿したところ、採用サイトの閲覧・クリックが増加し、採用単価は平均で半減したことを確認。

分析イメージ



2.2.14 新店舗出店時の商圈分析

GPS データを活用することで、新規店舗出店に向けた精緻な商圈分析を実現

背景・課題
ある小売事業者では、新規店舗出店を検討する際に商圈分析によって候補地のポテンシャルを評価していた。しかし、円商圈分析等の旧来手法ではエリア特性や競合影響を十分に反映できず、実態把握が課題となっていた。
分析手段
GPSデータを参照し、対象店舗の来訪者の移動情報を抽出。抽出した来訪者の移動実績をもとに、商圈を描画。
成果・展望
GPSデータを活用することで、各エリア特性と競合影響を反映した実勢商圈の把握が可能に。商圈分析・売上予測の高度化により経営の意思決定に繋げていく。
分析イメージ

エリア特性を反映



競合の影響も考慮

競合店の出店による実勢商圈の変化・影響分析

近隣のドラッグストアが出店後、商圈の形状が変化



2. 2. 15 店舗改装の効果検証

POS・カメラ・GPS データを活用することで、小売業の店舗改装の効果を検証

背景・課題

ある小売事業者では、ライフスタイルの変化に対応した売り場づくりが求められる中で店舗の大規模改装を予定していた。しかし、売り場変革を推進するためのデータ分析リソースの不足が課題となっていた。

分析手段

POSデータ、店内・店外人流データを統合して分析可能な環境の構築を検討。実際にレイアウト変更をした店舗に関するデータを収集し、レイアウトによる効果を分析。

成果・展望

POS・カメラ・GPSデータを活用し、データ同士の相関を分析することで、店舗の大型改装の効果を確認できた。

分析イメージ



2. 2. 16 製造業工場周辺の交通流の評価

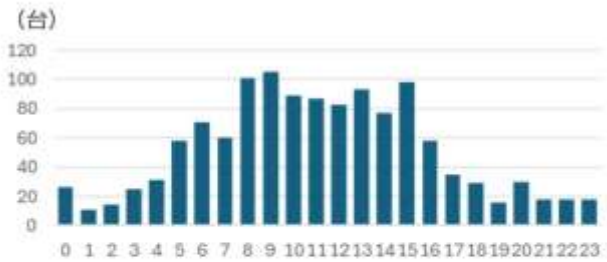
既設工場周辺の交通流を分析し、同分析結果をもとに工場新設時の交通シミュレーションへとつなげる

背景・課題
ある自動車メーカーにおいては、新工場建設に向け、既設工場の通勤者や物流車両が周辺交通に及ぼす影響の把握と、従業員情報等を反映した新工場稼働時の影響予測が課題となっていた。
分析手段
工場を出入りする人流データ・トラックプローブデータを用いて、工場周辺道路への影響を分析する。
成果・展望
既存工場での周辺道路への影響を把握するとともに、工場新設に向けたシミュレーション条件を整理することができた。工場新設時のシミュレーションを進めていく。
分析イメージ

工場周辺の混雑状況、移動経路（発着、OD）の可視化



トラック、来工場車の時間帯別変化



2.3 エリアの調査

2.3.1 総括

地形が支える産業立地と災害リスクの表裏一体構造

愛知県の地形構造は、濃尾平野・三河平野という日本有数の広大で連続した平野と、湾岸低地から成る。平坦で広い土地は、工業団地・物流拠点・住宅地・幹線道路網を面的に配置することを可能にし、自動車産業を核とする製造・物流・都市機能の高度な集積を支えてきた。一方で、海拔ゼロメートル地帯や埋立地を多く抱える平野・湾岸部は、高潮・津波・河川・内水氾濫、液状化等の水関連災害に対し脆弱であり、産業集積エリアと高リスクエリアがほぼ重なっている。さらに、背後には森林・水源地域である丘陵・山地と、木曽三川等の河川の広域流域圏が控え、上流・山地の災害や流域管理の状況が、下流の工業・都市機能の安全性に直結する構造となっている。

製造業集積とバランスの取れた人口・社会構造

人口約 750 万人という規模と、比較的バランスの取れた年齢構成は、愛知県の中長期的な市場ポテンシャルと人材供給力の基盤となっている。全国的に人口減少・超高齢化が進む中で、愛知は高齢化率がやや低く、生産年齢人口比率が相対的に高い。製造業を中核とする多様な雇用機会を背景に、中部圏の人口・雇用の受け皿として機能し、外国人労働者を含む多国籍コミュニティが定住型で形成されている点も特徴的である。

名古屋を核としつつ、豊田・岡崎・豊橋等の中核都市がネットワークをなす多極型の都市構造と、職住近接を前提としたまちづくりは、製造業の集積と日常生活の両立を支えてきたが、自動車依存型の郊外構造やニュータウン高齢化・空き家など、全国共通の課題も顕在化している。

日本最大級のものづくりクラスターとインフラ一体型の競争力

愛知県は製造品出荷額全国 1 位を長年維持し、多層的サプライチェーンに加え、工作機械・産業用ロボット・航空宇宙・鉄鋼・化学など、多様な産業が集積する日本最大級のものづくりクラスターである。その競争力は、名古屋港・中部国際空港・高速道路網、さらには東海道新幹線や今後のリニア中央新幹線といった基幹インフラとの一体的な整備によって支えられてきた。「産業戦略＝インフラ戦略」といえるほど、工場立地と物流・人流ネットワークは連動しており、貨物・物流を強く意識した交通インフラ整備が産業構造を特徴づけている。

多軸型体験観光とハブ機能を活かした観光ポテンシャル

愛知県は、「ゴールデンルート」の中間に位置する地理的優位性と、中部広域観光の

ゲートウェイとしての機能を持ちながら、産業観光・武将／城郭・食文化・ジブリパークなど、多数のテーマが重層する多軸型体験観光を展開している。実際の来訪者の体験消費比率と満足度は高く、「来た人の満足度と体験消費が高い県」としてのポジションが見えつつある。MICE と産業集積を組み合わせた Bleisure の推進、県内資源を結ぶわかりやすい周遊ルート設計と国際的なブランド構築が、今後の観光戦略の鍵となる。

南海トラフ巨大地震と産業・物流を守る防災

南海トラフ巨大地震や水害・土砂災害に対するリスクをもつ。太平洋沿岸部の津波・液状化リスク、名古屋港・中京工業地帯・空港が一体で被災するシナリオ、広大な平野における洪水・内水氾濫、山間部インフラを介した広域交通の途絶など、愛知は「命」とともに「産業・物流・都市機能」を守る防災・減災を追求する地域である。サプライチェーンの中核として、代替物流ルートの多重化、インフラ監視を組み込んだ高度なBCP、流域圏・他県との広域連携を通じて、国土強靱化を牽引する役割が求められている。こうした強みとリスクが重層する構造こそが、愛知県の地域像の核心といえる。

2.3.2 分野別の傾向と特徴

2.3.2.1 地形

平野・丘陵・広域河川流域が形づくる地形構造

- ① 濃尾平野・三河平野が支える産業・都市集積の地形基盤
- ② 低地・海拔ゼロメートル地帯と水害リスク
- ③ 産業集積地に隣接する丘陵・山地と森林・水源
- ④ 河川の広域流域圏

① 濃尾平野・三河平野が支える産業・都市集積の地形基盤

愛知県の西部から中部に広がる濃尾平野、東部の三河平野は、日本国内でも有数の広さと連続性をもつ平野であり、県域を代表する地形的基盤となっている。これらの平野部は、製造業、物流拠点、住宅地、商業エリアが広域的に共存しうる空間的余裕を持ち、産業集積と都市化を支える立地条件として機能してきた。広大で連続した平坦地があったからこそ、自動車・工作機械・物流施設・住宅団地・幹線道路網などを面的に展開できた構造といえる。

② 低地・海拔ゼロメートル地帯と水害リスク

一方で、これらの平野部の多くは標高の低い低地であり、とりわけ河川下流域や海岸近傍では海拔ゼロメートル地帯も存在する。名古屋港周辺をはじめとする湾岸部は低地であり、埋立地も多い。こうした地形は、産業・港湾機能の立地には適している反面、高潮・津波・河川氾濫・内水氾濫など水関連災害への脆弱性を内包する。産業・人口が集中する平野部が、そのまま災害リスクの高いエリアとも重なっている点は、愛知の地形構造の特徴である。

③ 産業集積地に隣接する丘陵・山地と森林・水源

愛知県北東部には、尾張丘陵、三河高原、設楽山地などの丘陵・山地が広がり、豊かな森林資源と水源地域を形成している。これらの山地・高原部は、都市・工業地帯の背後に位置し、水資源供給や生態系保全の面で重要な役割を担う一方、土砂災害や山間部インフラの維持管理といった課題も抱える。工業集積地と丘陵・山地エリアが近接しているがゆえに、産業エリアのすぐ背後に自然環境が迫る都市・産業と里山・山地が隣り合う構図が生じている。

④ 河川の広域流域圏

愛知県には木曽川・長良川・揖斐川から成る木曽三川、矢作川、豊川といった複数の

大きな河川流域が重なっている。主要河川の下流域を抱える愛知県は、岐阜県・長野県・静岡県などの上流県と一体となった広域流域圏の中に位置しており、流域治水・ダム運用・森林管理・土砂対策などを含む流域全体での治水・環境管理の影響を強く受ける。上流域での降雨・融雪・森林状況が、下流の工業地帯や都市部の水害リスクに直結しやすい構造である。

愛知県の地形は、広大で連続的な平野が産業集積と人口集中を支える一方、低地・ゼロメートル地帯・湾岸埋立地と、多くの河川流域・山地背後という条件が、水害・津波・土砂災害リスクを重層化させている。産業立地の優位性と災害脆弱性が、同じ地形上で表裏一体となっている点が、愛知の地形構造といえる。

2.3.2.2 人口動態・社会構造

製造業集積が支える雇用と高い生産年齢人口比率

- ① 人口規模とバランスの取れた人口構造
- ② 中部圏の中心として機能する広域サービス・物流・人材供給ハブ
- ③ 比較的高い生産年齢人口比率
- ④ 製造業を中心とした多様な雇用環境
- ⑤ 製造業に支えられた多国籍のコミュニティと多文化共生

① 人口規模とバランスの取れた人口構造

愛知県は人口約750万人規模で全国上位に位置し、日本全体が人口減少・超高齢社会へ進むなかにあって、比較的バランスの取れた人口・社会構造を維持している。若年単身層とサービス産業に極端に偏る構造でもなく、多くの地方圏のような急速な人口減少・超高齢化でもない中間的な姿であり、この構造が中長期的な市場ポテンシャルと人材供給力の点で、ビジネス上の強みとなっている。

② 中部圏の中心として機能する広域サービス・物流・人材供給ハブ

総人口は、直近では微減傾向に入りつつあるが、中部圏の人口・雇用の受け皿として機能している。サービス、物流、人材供給の広域拠点としての役割を担い、当面は人口規模・現役世代比率ともに一定水準を維持すると見込まれる。一極集中リスクや地価・人件費の高騰が顕著な首都圏を避けながら、安定した市場規模と人材基盤を求める企業にとって、愛知県はバランスの良い立地候補としての価値が高い。

③ 比較的高い生産年齢人口比率

高齢化は全国同様に進行しているものの、高齢化率は全国平均よりやや低く、生産年齢人口（15～64歳）の比率が比較的高い点が特徴である。多くの地域が急速な高齢化と人口減少に直面するなかで、愛知県は大都市圏の中でも相対的に年齢構成が若い県に分類される。出生数は減少傾向にあるが、自動車産業を中心とした安定的な雇用機会が存在することで、子育て世代の県外流出は地方県ほど大きくなく、名古屋市郊外や三河エリアの一部にはファミリー層が多く居住するエリアが形成されている。一方、都市中心部では単身世帯・高齢単身世帯が増加し、郊外ファミリー層と都市単身・高齢層の二極化が進みつつある。

④ 製造業を中心とした多様な雇用環境

名古屋市を核とする都市圏に加え、豊田市・岡崎市・一宮市・豊橋市などの主要都市が分布し、名古屋への集中と、自動車産業を軸とする三河エリアを併せ持つ多極型の都

市・就業構造を形成している。首都圏や近畿圏と比較すると、職住が大きく分離し長距離通勤が常態化する構図は相対的に弱く、近接圏内での就業が多い点も特徴である。これは生活圏と就業圏が概ね重なりやすいという意味で、通勤負担や地域コミュニティ維持の観点から一定の利点を持つ。

製造業中心であるがゆえに、正規雇用だけでなく、期間従業員、派遣社員、技能実習生など多様な就業形態が組み合わさり、シフト制・交代勤務等が一定の比率を占める労働市場となっている。第二次産業と第三次産業が相対的にバランスした構造を持ち、多様な職種・ライフスタイルを受け入れる雇用環境を生み出している。

⑤ 製造業に支えられた多国籍のコミュニティと多文化共生

愛知県は外国人住民数が全国上位であり、ベトナム、ブラジル、フィリピン、中国など多様な国籍で構成される。これらの外国人住民は、自動車産業を中心とする製造業現場への就業が多く、単なる一時的労働力ではなく、地域に根付いた定住型コミュニティを形成している。結果として、製造現場と生活圏が一体となった多文化共生の課題と可能性が、他地域以上に濃く現れる地域となっている。

愛知県は、製造業集積と多様な雇用形態を基盤としつつ、比較的若く厚みのある現役世代を擁し、外国人居住者を含む多様な人材が共存する人口・社会構造を持つ。このバランスの取れた人口構成と産業構造が、中長期的な地域の持続性と企業立地の魅力を支える中核要因となっている。

2.3.2.3 産業

日本最大級のものづくり集積と産業インフラが一体となった産業構造

- ① 日本最大級のものづくり基盤
- ② 自動車産業を軸に裾野の広いサプライチェーンと強い産業連関
- ③ 産業機械・航空宇宙が集積する高度製造クラスター
- ④ 重化学・農食などの多角的産業構造
- ⑤ 産業とインフラの一体型競争力基盤

① 日本最大級のものづくり基盤

愛知県は、製造品出荷額等で長年にわたり全国1位の座を維持しており、県内総生産（名目）に占める製造業の比率も極めて高い、日本最大級のものづくり基盤を有する地域である。大手自動車メーカーを頂点とする巨大なサプライチェーンが県内外に張り巡らされており、一次・二次サプライヤー群、中小・中堅部品メーカー、金型、素材、物流、IT サービスなど、多様な関連産業が裾野として広がる。

産業連関が非常に強く、一つの大型製造企業の投資・生産調整が、地域全体の雇用や付加価値にダイレクトに波及しやすい構造になっている点が大きな特徴である。また、自動車関連にとどまらず、工作機械、航空宇宙、鉄鋼、化学など、多様な重厚長大産業が集積している。

② 自動車産業を軸に裾野の広いサプライチェーンと強い産業連関

豊田市・刈谷市・豊橋市などを中心に完成車および自動車部品メーカーが高密度に集積し、電動化（EV・HV）、自動運転、コネクテッドカーといった新モビリティ分野の研究開発・生産拠点としても重要な役割を担っている。自動車を支える生産プロセスは多岐にわたり、プレス、鍛造、切削、表面処理、樹脂加工などの工程を担う中小企業が県内各地に分散し、「一社一技術」、「ニッチトップ」といった高度な要素技術を持つ企業が少なくない。これらが集積することで、高度に分業化された生産ネットワークが形成されている。

③ 産業機械・航空宇宙が集積する高度製造クラスター

愛知県は切削工具、工作機械、産業用ロボットなどの産業機械メーカーの集積地でもあり、「ものをつくるための機械」を供給する装置産業の拠点としての性格も強い。名古屋市、小牧市、豊山町周辺には航空機部品・組立関連企業が集積し、機体構造部材、エンジン部品、装備品などの製造を通じて、日本有数の航空宇宙産業クラスターを形成している。

④ 重化学・農食などの多角的な産業構造

名古屋港周辺の臨海工業地帯には、鉄鋼、石油化学、基礎素材産業が立地し、自動車・機械産業を支える素材供給基地として機能している。東三河地域は自動車関連に加え、農業および食品加工産業が展開しており、多角的な産業構造を有する点で他地域と異なる性格を持つ。

⑤ 産業とインフラの一体型競争力基盤

このような製造業・重化学工業の集積は、交通インフラとの強い連動性のもとで支えられている。自動車・機械輸出の国際拠点港である名古屋港は、自動車本体および部品の出荷港として重要であり、背後の工場群と高速道路や産業道路で直結している。中部国際空港は、部品・完成品の航空輸送に加え、ビジネス渡航の国際的なハブとして機能し、グローバルなサプライチェーンと愛知の産業集積とを結びつける役割を担う。さらに、国内各地との迅速な輸送と人の移動を可能にする高速道路網と東海道新幹線が整備されており、これらインフラが一体となって製造業の競争力を下支えしている。

愛知県における産業政策とインフラ整備はきわめて密接に結びついており、「産業戦略＝インフラ戦略」と言い得るほど連動性が高い。工業立地と物流・人流の動線を前提とした道路・港湾・空港・鉄道の整備が、企業立地の誘導やサプライチェーンの高度化と表裏一体で進められてきたことが、現在の製造業集積構造を形づくる基盤となっている。

2.3.2.4 まちづくり

産業集積と連動したネットワーク型都市構造とまちづくりの課題

- ① 名古屋市を核としたネットワーク型の都市構造
- ② 製造業集積を支える計画的土地利用と機能複合
- ③ 名古屋港湾岸における産業機能と生活環境の調和
- ④ 郊外における自動車依存と高齢者の移動手段課題
- ⑤ ニュータウン高齢化・空き家問題と地域間格差の拡大

① 名古屋市を核としたネットワーク型の都市構造

中京圏の中核となる名古屋市を中心に、尾張・西三河・東三河に人口・産業・都市機能が広く分布し、大都市と郊外が連続する都市構造を形成している。名古屋圏は、単一の巨大都市に過度に集中するのではなく、複数の中核都市と周辺市町がネットワークを構成する形で発展してきた点に特徴がある。

② 製造業集積を支える計画的土地利用と機能複合

愛知県の都市構造の背後には、自動車・機械など製造業の集積を前提とした一体的な空間計画がある。産業団地、住宅地、商業地、交通インフラが相互補完的に配置され、工業生産と日常生活の両立を図るまちづくりが進められてきた。とりわけ豊田市、刈谷市などの自動車関連産業都市では、工場と住宅地が物理的には近接しつつも、区画整理や用途地域指定により、騒音・環境負荷と居住環境の衝突を一定程度回避する都市設計が行われている。

③ 名古屋港湾岸における産業機能と生活環境の調和

名古屋港周辺では、重工業・物流機能を優先的に配置し、住宅エリアとの距離を戦略的に確保することで、湾岸部の産業機能強化と生活環境保全の両立が模索されてきた。このように、産業立地と生活環境のバランス確保は、愛知県におけるまちづくり上の中核的テーマとなっている。

④ 郊外における自動車依存と高齢者の移動手段課題

一方、高度経済成長期以降から平成期にかけて、郊外部では大型商業施設やロードサイド店舗が急速に拡大し、典型的な自動車依存型の都市構造が形成された。これは他の地方中核都市圏と共通する傾向であり、日常の買い物から通勤・通学に至るまで自家用車利用が前提とされる生活様式が定着している。

名古屋市都心部では、鉄道・地下鉄網が比較的充実しており、公共交通利用率も高い。しかし、名古屋市郊外や県内各市町村では、自家用車依存度が高く、高齢化の進行に伴

い、運転が困難となる高齢者の移動手段確保が顕在化する課題となっている。コミュニティバスやデマンド型交通など、代替モビリティ手段の整備が今後の重要な検討課題である。

⑤ ニュータウンの高齢化・空き家問題と地域間格差の拡大

高度成長期に造成されたニュータウンや郊外住宅地では、入居世代の高齢化とともに、空き家の増加や生活サービスの維持困難といった問題が表面化している。これらの課題は、首都圏や近畿圏のニュータウンが抱える問題と多くの共通点を持ち、全国的な郊外住宅地再生の文脈の中で捉える必要がある。

人口動態の面では、愛知県は他の多くの地方圏と比較して人口減少のペースが相対的に緩やかであり、製造業を核とした雇用機会の存在が一定の人口維持要因となっている。しかし、県内を俯瞰すると、名古屋市および一部の産業集積都市への人口・機能集中が進む一方、周辺地域や中山間地域では人口減少と高齢化が加速しており、地域間格差は拡大傾向にある。

愛知県の都市構造は、産業集積を支える計画的な土地利用と、自動車依存を前提とした郊外型都市構造が複雑に絡み合いながら形成されてきた。その結果として、産業立地と生活環境の調和、公共交通と自動車交通のバランス、高齢化・人口減少への対応といった多層的な都市政策課題が顕在化しており、今後の持続可能な地域構造への転換が求められている。

2.3.2.5 交通

産業・物流と一体的なモビリティ構造

- ① 東西・南北高速道路が集積する全国有数の交通結節点
- ② 東海道新幹線とリニア中央新幹線による二重の東西高速鉄道軸の形成
- ③ クルマ社会と公共交通が併存するハイブリッドなモビリティ構造
- ④ 製造業集積を背景とした貨物・物流重視の交通インフラ整備
- ⑤ 名古屋港・中部国際空港による国際物流・航空ネットワークのハブ機能

① 東西・南北高速道路が集積する全国有数の交通結節点

愛知県は、東海道新幹線、高速道路網、名古屋港、中部国際空港といった日本の基幹交通インフラが高度に集積する地域であり、東京と大阪の中間に位置する地理的条件を背景に、日本有数の交通ハブとして機能している。東名高速道路・名神高速道路に加え、新東名高速道路・新名神高速道路・伊勢湾岸自動車道が整備され、東西方向の高速道路ネットワークは多重化されている。また、中央自動車道・東海北陸自動車道により、長野・岐阜・北陸方面と東西軸を結ぶ南北動脈が形成されており、全国の高速道路ネットワークの中でも、東西・南北双方の結節点としての性格がきわめて強い地域となっている。

② 東海道新幹線とリニア中央新幹線による二重の東西高速鉄道軸の形成

今後は、リニア中央新幹線（品川～名古屋間）の開業により、東海道新幹線とリニア中央新幹線という二重の東西高速鉄道軸を併せ持つ、全国でも限られたエリアとなる見込みである。このことは、名古屋圏の対東京・対大阪アクセス時間を大きく短縮し、ビジネス・物流・居住選択に及ぼす影響も大きいと想定される。

③ クルマ社会と公共交通が併存するハイブリッドなモビリティ構造

都市圏内部のモビリティは、名古屋市中心部では鉄道・地下鉄・バスといった公共交通の利用が比較的高い一方、愛知県全体としては自家用車が依然として主要な移動手段となっており、「クルマ社会」としての性格が強い。鉄道・バス網と自動車依存型移動が併存するハイブリッドなモビリティ構造を持つが、他都道府県と同様、利用者減少や運転手不足などを背景に、公共交通ネットワークの維持・再編が重要課題となっている。

④ 製造業集積を背景とした貨物・物流重視の交通インフラ整備

愛知県の交通インフラの最大の特徴の一つは、自動車・輸送用機械・工作機械・航空宇宙などの製造業集積を背景に、旅客交通だけでなく貨物・物流交通の比重が極めて大きい点にある。道路・港湾・空港・鉄道の整備は、人の移動だけではなくモノの移動を

強く意識して進められており、とくに自動車関連工場や物流拠点の集積によりトラック交通量が非常に多い。産業競争力の維持・強化の観点から、時間信頼性の高い道路ネットワーク整備と渋滞ボトルネックの解消は、交通政策における優先度の高いテーマとなっている。

⑤ 名古屋港・中部国際空港による国際物流・航空ネットワークのハブ機能

名古屋港は、自動車・機械類を中心とした取扱貨物量が多く、日本有数の国際貿易港として位置づけられている。旅客港というよりは貨物港としての性格が強く、高速道路や産業道路を通じて背後の工場群とダイレクトに結ばれている点に特徴がある。これにより、24 時間 365 日の貨物輸送が可能となり、港湾機能と陸上物流交通が高い連動性を持っている。

中部国際空港（セントレア）は、国際・国内線および LCC のハブ空港として機能し、アジア・欧米の主要都市と結ぶ国際線ネットワークに加え、国内主要都市との交通結節点としての役割を担っている。インバウンド需要の増加を背景に、鉄道・バス・道路による空港アクセスの強化が進められており、観光・ビジネス・貨物を含む多様な移動需要に対応する中京圏のゲートウェイとしての位置づけを一層強めつつある。

愛知県の交通は、基幹交通インフラの高度な集積と、製造業を中心とする強力な物流需要を前提とした交通ネットワーク整備に大きく規定されている。その結果として、人とモノの両面で全国レベルの結節機能を担う一方、クルマ依存・公共交通の持続性・物流交通による環境負荷といった課題への対応も不可避となっており、今後の持続可能なモビリティ戦略の構築が求められている。

2.3.2.6 観光

多軸型体験観光と中部周遊ハブとしての可能性と課題

- ① ゴールデンルートの中に位置する中部周遊のハブ機能
- ② 産業・歴史・食・エンタメが共存する多軸型体験観光の展開
- ③ 体験消費と満足度が高い観光地としてのポテンシャル
- ④ MICE と産業集積を活かした Bleisure 観光の推進
- ⑤ 中部広域観光のゲートウェイとしての役割と経由地から目的地への転換

① ゴールデンルートの中に位置する中部周遊のハブ機能

愛知県は、東京～富士山～京都～大阪を結ぶいわゆる「ゴールデンルート」の中間に位置し、中部国際空港と東海道新幹線を有する交通上の優位性から、中部地方の周遊観光のハブとなっている。一方で、東京・大阪・京都・北海道・沖縄といった日本を代表する観光地と比較すると、国際的な観光ブランドとしての認知は相対的に弱く、訪問者数・宿泊者数の面でもこれらの都市・観光地に劣後している。

② 多軸型体験観光の展開

観光の中身に目を向けると、愛知県は「体験型コンテンツ」に大きな強みを持つ。自動車・航空宇宙など日本のものづくりを体感できる工場見学・企業ミュージアム・技術館といった産業観光、犬山城（国宝）・名古屋城・岡崎城など城郭を軸に、織田信長・豊臣秀吉・徳川家康のいわゆる三英傑ゆかりの史跡・武将観光、名古屋めしに代表される独自性の強い食文化、さらにはジブリパークといったコンテンツが重層的に存在している。特定の一大テーマに依存するのではなく、産業・歴史・食・エンターテインメントといった複数の強い観光テーマが共存する「多軸型体験観光」が愛知観光の大きな特徴となっている。

③ 体験消費のポテンシャル

訪日外国人の消費構成を見ると、愛知県は飲食、ショッピング、産業観光や文化体験といった体験系支出の比率が全国平均より高く、とくに体験消費は全国平均を上回る水準にある。観光庁などの統計における絶対的な人数・泊数では主要観光地に及ばないものの、実際に来訪した旅行者の満足度や体験を伴う消費単価が高い傾向が確認されており、「来た人の満足度と体験消費が高い県」を目指す戦略が打ち出されている背景には、こうした実態がある。

④ MICE と産業集積を活かした Bleisure 観光の推進

名古屋を中心に、国際会議・展示会・見本市などを開催できるコンベンション施設や

展示場が整備されており、周辺には自動車・工作機械・航空宇宙などの産業集積が広がる。この産業基盤と MICE 機能を活用し、ビジネス目的で来訪した参加者が、滞在中や前後に観光・グルメ・産業見学を楽しむ「Bleisure（ビジネス＋レジャー）」を促進している点も、愛知観光の戦略的な方向性として位置づけられる。

⑤ 中部広域観光のゲートウェイとしての役割と経由地から目的地への転換

地理的には、愛知県は飛騨高山・白川郷・伊勢志摩など中部圏を代表する観光地へのアクセス拠点となっており、これらを含む中部地方周遊の玄関口として機能している。実際の旅行行動としても、愛知県内に宿泊・滞在しつつ、周辺県を含めた広域周遊を行うケースが多く、「愛知単体の長期滞在型リゾート」よりも、「ハブ＆スポーク型観光」の拠点としての利用が現時点では主流となっている。

一方で、県内観光の内部構造を見ると、名古屋都心部に加え、犬山、岡崎、三河湾、知多半島など、多様な観光資源が広域に点在しているものの、それらを結ぶ周遊ルートが初来訪者にとって直感的に理解しにくいという課題を抱える。ゴールデンルート上に位置しながらも、県内のどこをどの順番で回ればよいかが見えにくく、テーマ別・エリア別のルート設計や情報発信の工夫が今後の課題となっている。

愛知県の観光は、交通結節性の高さと多軸的な体験コンテンツにより、来訪者の満足度と体験消費が高いという特徴を持つ。今後は、ハブとしての強みと体験観光のポテンシャルを活かしつつ、県内資源を面的につなぐわかりやすい周遊モデルづくりと、愛知単体での滞在価値向上を図ることが、観光戦略上の重要なテーマとなる。

2.3.2.7 防災

南海トラフ巨大地震を見据えた産業と物流を支える防災

- ① サプライチェーンの中核としての産業防災
- ② 南海トラフ巨大地震に備える防災
- ③ 国際物流・輸出産業を直撃するリスク
- ④ 水害・土砂災害による多重リスク
- ⑤ 代替物流ルート確保とインフラ監視を組み込んだ高度な BCP

① サプライチェーンの中核としての産業防災

愛知県は約 750 万人の人口規模を持ち、自動車、工作機械、航空宇宙といった日本有数の製造業集積を抱える中核的工業地域である。そのため、大規模災害発生時には人的被害のみならず、国内外のサプライチェーンに深刻な影響を及ぼし得る地域として、国土強靱化・BCP（事業継続計画）の観点から全国的に重要度が高い。とりわけ、大手自動車メーカーおよび関連企業群が集中する構造上、一つの災害が日本全体、さらには世界の生産体制に波及するリスクを内包している点が、他地域と比べた際の特徴となる。産業集積度とサプライチェーン中枢性の観点で、BCP 上の重点地域と位置づけられる。

② 南海トラフ巨大地震に備える防災

愛知県は太平洋側に面し、静岡県、三重県、和歌山県、高知県などと同様に南海トラフ巨大地震の震源域に近接している。とくに渥美半島、知多半島、三河湾岸など太平洋沿岸部では、大規模な津波被害が想定されており、南海トラフ巨大地震防災対策推進地域として指定されている。これを受けて、津波避難対策、建物の耐震化、電力・ガス・水道・通信などライフラインの強靱化が重点的に進められている。想定される地震動は、震度、津波、液状化、長周期地震動など多面的であり、国・県の被害想定においても人的・経済的被害は全国トップクラスの水準が示されている。そのため、発災後対応のみならず「事前防災・減災」の重要性が強く意識されている。

③ 国際物流・輸出産業を直撃するリスク

南海トラフ巨大地震に関しては、とくに津波被害と中京工業地帯の被災が主眼となる。名古屋港臨海部の工業地帯や港湾機能は、自動車・機械など輸出産業の拠点であり、被災時には国際物流・生産活動が同時に打撃を受ける構図となる。こうしたリスクに対応するため、広域連携の枠組みと製造業・輸出産業の BCP 強化が強調されており、津波・高潮からの迅速避難、避難タワー整備、高台移転といった「命を守るハード・ソフト対策」が他の太平洋沿岸県と同様に推進されている。それに加え、愛知県の場合は「経済・産業機能を守る防災・減災」という視点がより濃厚である。

④ 水害・土砂災害による多重リスク

河川災害のリスクの面では、愛知県は大きな河川を複数抱え、台風や線状降水帯などによる広域的な洪水リスクを有している。都市部では、集中豪雨により下水道・排水施設の能力を超える降雨が発生した場合の内水氾濫や地下空間の浸水が課題となっている。工業団地や物流拠点の多くが平野部・臨海部に立地していることから、浸水に伴う生産停止や物流寸断が地域経済に直結する構造となっている。

長野県・岐阜県との県境を中心とする山間地域や丘陵部では、集中豪雨に伴う土砂災害（がけ崩れ・土石流・地すべり）や、森林荒廃に起因する土砂流出リスクが存在する。これらの地域には、長野・岐阜方面と愛知を結ぶ広域交通インフラが通過しており、災害時には広域物流および観光ルートの途絶リスクが顕在化し得る。山間部の道路・鉄道の被災は、沿線地域だけでなく、愛知県内の企業活動やサプライチェーンにも波及する。

⑤ 代替物流ルート確保とインフラ監視を組み込んだ高度な BCP

愛知県における災害リスク構造を踏まえると、県内の企業にとっては、単に自工場・自拠点の耐震化や浸水対策を講じるだけでなく、内陸物流ルート・代替輸送経路の冗長化やインフラのモニタリング・メンテナンス情報を平時から収集し、自社の BCP に組み込むことが不可欠となる。首都圏や関西圏と比較しても、南海トラフ地震による津波・地震動リスク、臨海工業地帯の集積度、山間交通インフラへの依存度などから、事業継続上の地理的リスクは大きい。

愛知県は「命を守る防災」とともに、「経済・産業機能を守る防災・減災」を重層的に追求すべき地域であり、産業集積・物流ハブ・人口規模を背景とした高い国土強靱化ニーズを抱えているといえる。

2.4 活用パターン

活用パターンの一覧

活用パターン	ユースケース
2.4.1 来訪者、地域回遊性の可視化	①訪日外国人観光客の誘客プロモーション戦略の検討
	②愛知県内の訪日外国人観光客特性分析と目的別プロモーション戦略の検討
2.4.2 エリア混雑状況の可視化	③訪日外国人観光客の需要動線を反映した公共交通の立案
2.4.3 インフラ投資効果の可視化	④インフラの老朽化・交通影響を踏まえた更新優先度評価と戦略的投資の検討
	⑤工場・物流拠点新設時における最適計画の立案
2.4.4 交通渋滞状況の可視化	⑥道路工事時間帯の最適化と道路特性格の渋滞対策
	⑦交通誘導の高度化と計画的な道路管理
2.4.5 避難誘導の最適化	⑧訪日外国人観光客の観光動態データを活用した多言語防災対応力強化
	⑨滞在人口データを活用した広域防災設計の高度化
2.4.6 情報配信の最適化	⑩エリア特性格の高精度な広告配信
	⑪回遊動線に基づいた広告配信による来訪誘導
2.4.7 商圈の可視化	⑫実勢商圈分析に基づく新規出店候補地の評価および投資意思決定支援
2.4.8 レイアウトの最適化	⑬来訪者情報データを活用した店舗改装効果の定量的検証と方針の立案
2.4.9 物流ルート of 最適化	⑭重要物流ルートの可視化と災害時ネットワーク影響評価によるサプライチェーン強靱化
2.4.10 ニーズの可視化	⑮駅・商業施設来訪者の人流・食に関するニーズ分析

2.4.1 来訪者、地域回遊性の可視化

活用パターンの詳細	
【活用データ】人流データ、来店・施設利用データ	
【活用方法】施設、エリアごとの来訪者の造成や来訪パターンの可視化 人流データや来店・施設利用データ等を統合的に活用し、施設・店舗・エリア毎の来訪者属性および来訪パターンを可視化する。また、来訪前後の移動経路や立ち寄り先を分析し、地域内の回遊性を定量的に把握する。	
【効果】商業施策・観光施策・エリアマネジメント戦略の高度化 集客のハブとして機能しているエリア・施設、来訪者の回遊特性、回遊性の課題など特定し、商業施策・観光施策・エリアマネジメント戦略の高度化に資する示唆を得る。	
ユースケース	
① 訪日外国人観光客の誘客プロモーション戦略の検討	② 愛知県内の訪日外国人観光客特性分析と目的別プロモーション戦略の検討
【効果】国籍別回遊・消費構造の可視化による施策精度向上 国籍別の訪問エリア、回遊動線、消費地点の可視化や観光行動と購買行動を組み合わせた分析を行うことで、名古屋駅・栄・常滑市などを跨いだ商業と観光の連動型周遊施策や、買い回り促進施策の検討に資する基礎情報となる。	【効果】観光嗜好・移動特性に応じたプロモーション展開 国籍や来訪目的に応じたプロモーション施策を設計する。例えば、ショッピング目的が強い層に対しては、SNS 広告や旅行サイトを通じた地域限定商品・商業施設情報の発信を、体験目的が強い層に対しては、複数の観光施設を組み合わせたチケット販売やスタンプラリー企画等を展開する。これにより、消費金額の増加や滞在時間の延伸、満足度向上を通じた再訪促進が期待される。
【考察】県内回遊を前提とした誘客・消費戦略への転換 名古屋駅や栄といった集客拠点に加え、名古屋市港区や常滑市、犬山市などへの回遊実態を踏まえることで、誘客施策を単一スポット中心から、県内全体での回遊と消費を最大化する戦略へ転換できる。愛知県として、エリア間連携を前提とした観光・商業施策を設計するための基礎データとなる。	【考察】回遊特性を踏まえた認知・交通・施策設計の再整理 国籍ごとの寄り道型・直行型といった導線特性を把握することで、沿線駅や周辺エリアの認知向上、情報発信、交通施策の優先順位を整理できる。一律的な観光施策ではなく、来訪者の実際の行動を前提とした戦略設計が可能となる。

2.4.2 エリア混雑状況の可視化

活用パターンの詳細
【活用データ】 人流データ、公共交通乗降データ
【活用方法】 特定エリアの混雑状況を定量的に可視化 人流データや公共交通乗降データ等を統合的に活用し、特定エリアにおける滞在人口や通行量をもとに、時間帯別・曜日別の混雑状況を定量的に可視化する。また、可視化の結果を踏まえ、来訪者の時間帯別分散や周辺エリアへの回遊誘導、交通導線の調整等を想定したシミュレーションを実施し、混雑緩和に向けた施策の効果を検証する。
【効果】 エリアマネジメントの最適化 混雑ピークの特定制や混雑が周辺エリアに与える影響の把握、混雑緩和や安全対策に向けた人流誘導の優先エリア等の明確化、エリアマネジメントの最適化に資する示唆を得る。
ユースケース
③ 訪日外国人観光客の需要動線を反映した公共交通の立案
【効果】 空港・主要拠点への集中を踏まえた交通運行の最適化 訪日外国人観光客が集中する中部国際空港、名古屋駅、主要拠点、観光地へのピーク時流入を事前に把握することで、混雑を見据えた鉄道・バスの運行計画（増便、配車調整、臨時便設定等）の検討が可能となる。これにより、大規模イベント開催時や繁忙期においても、実態に即した公共交通サービスの提供が可能となり、安定的な受入体制の構築に資する。
【考察】 混雑可視化を起点とした需要起点型交通・エリア設計への転換 訪日外国人観光客の混雑特性や空港・主要拠点への集中構造を可視化することは、単なる混雑緩和にとどまらず、交通運行とエリア運営を一体的に見直す契機となる。固定的なダイヤや経験則に依存した運営から、訪日外国人の実際の需要動線に応じて柔軟に供給を調整する「需要起点型」の設計への転換が可能となる。特に、ピーク流入の事前把握により、増便・臨時便といった運行調整に加え、駅周辺の動線整理や多言語誘導などの受入環境整備との連動も検討できる。さらに、観光地間の移動実態を踏まえることで、混雑緩和と県内回遊促進を両立する交通施策の設計につながり、安定的な受入体制と地域内消費拡大の基盤となる。

2.4.3 インフラ投資効果の可視化

活用パターンの詳細	
【活用データ】GPS 位置情報データ、プローブデータ、交通量調査データ	
【活用方法】インフラ投資による人流等の変化量の可視化 GPS 位置情報データやプローブデータ、交通量調査データ等を統合的に活用し、インフラ整備前後における来訪者数、回遊行動等の変化を把握することで、人流・商流への影響を定量的に可視化する。また、インフラ投資の条件変更等を想定したシミュレーションを実施し、交通影響の予測および最適配置の検討に活用する。	
【効果】投資優先度の最適化 インフラ投資の優先順位付けや追加施策の検討に資するエビデンスを提供し、限られた投資リソースの再配分および政策・事業の強化につなげる。	
ユースケース	
④ インフラの老朽化・交通影響を踏まえた更新優先度評価と戦略的投資の検討	⑤ 工場・物流拠点新設時における最適計画の立案
【効果】老朽化したインフラの更新に関する意思決定の高度化 幹線道路における更新前後の交通状況の変化を可視化することで、更新による渋滞緩和や走行速度の改善効果を客観的に示すことが可能となる。これにより、インフラ更新に係る予算配分や更新箇所の優先度設定について、定量的な根拠に基づく高度な意思決定を行うことができる。	【効果】製造業・物流拠点立地に伴う影響評価 工場・物流拠点の候補地ごとに従業員の通勤利便性・物流動線の効率性・交通インフラ負荷を比較でき、データに基づいた客観的な立地選定が可能となる。また、物流ルートの所要時間・渋滞リスクを事前に把握することで適切なルート設定や運用計画の検討が可能となり、稼働開始後の遅延や周辺交通への影響の低減に資する。
【考察】インフラ更新を「効果が見える投資」として位置づけることの重要性 インフラ更新に伴う交通改善効果を定量的に示すことで、インフラ投資を単なる老朽化対応ではなく、地域全体の生産性向上に資する戦略的投資として評価することが可能となる。これにより、限られた予算の中で、社会的影響の大きい更新箇所を優先的に選定するための判断基盤として活用できる。	【考察】事後対応から事前評価型の立地・整備計画への転換 立地選定段階で将来的な交通・人流影響を織り込むことで、稼働後に発生する追加対策を前提としない計画立案が可能となる。これは、インフラを“後追いで整備するもの”から、“事前に影響を読み込んだ設計要素”として扱う発想への転換を示している。

2.4.4 交通渋滞状況の可視化

活用パターンの詳細	
【活用データ】GPS 位置情報データ、プローブデータ、交通量調査データ	
【活用方法】道路ネットワークにおける交通渋滞状況の可視化 GPS 位置情報データやプローブデータ、交通量調査データ等を統合的に活用し、道路ネットワーク全体における交通渋滞の発生状況を時系列・空間的に可視化する。また、可視化した情報に基づいて、交通需要の変化や交通規制、道路整備等を条件とした交通流シミュレーションを実施し、渋滞緩和施策の効果を検証する。	
【効果】効果的な渋滞対策施策の立案・高度化 交通渋滞のボトルネック特定、渋滞が与える波及的影響の把握、一時的・慢性的渋滞の切り分けが可能となり、渋滞対策施策の立案に資する示唆が得られる。	
ユースケース	
⑥ 道路工事時間帯の最適化と道路特性別の渋滞対策	⑦ 交通誘導の高度化と計画的な道路管理
【効果】工事時間帯・施工計画の最適化 産業動線、空港アクセス、観光動線が重なる区間においても、影響が最小となる時間帯を定量的に把握することで交通混乱を抑制した工事計画の立案が可能となる。また、慢性渋滞区間と一時的渋滞区間を切り分けて評価することにより、各道路の特性に応じた施工判断を行うための基盤として活用できる。	【効果】交通誘導・迂回対策の高度化 工事に伴う迂回先道路（高速道路、環状道路、一般道）への交通負荷を事前に予測することで、看板設置箇所や誘導員の配置、ナビゲーションアプリとの連携など具体的な交通誘導施策へと反映することが可能となる。これにより、大規模イベント開催時の会場周辺エリアにおいても工事と人流集中が重なるリスクを回避した計画的な交通運用に活用できる。
【考察】渋滞対策を「道路ごとの最適解」で設計することの重要性 渋滞要因を産業・観光・通勤などの動線別に分解して分析することで、一律的な車線規制や工事対応ではなく、各道路の特性に即した最適な渋滞対策を講じることが可能となる。これにより、愛知県特有の交通構造を踏まえた実態ベースの道路管理・維持に関する意思決定の判断基盤として活用できる。	【考察】事前シミュレーションを前提とした道路維持管理への転換 工事による交通影響を事前にシミュレーションすることで、交通混乱が発生してから対応するのではなく、影響をあらかじめ織り込んだ計画的な道路管理が可能となる。さらに、県内全域の工事計画を俯瞰的に最適化することにより、道路維持管理の効率化と交通影響の最小化を両立させることが期待される。

2.4.5 避難誘導の最適化

活用パターンの詳細	
【活用データ】人流データ、ハザードマップ、避難所位置・収容能力データ	
【活用方法】災害時における危険エリアの特定 人流データに加え、ハザードマップ、避難所位置・収容能力データ等を統合的に活用し、災害時の危険エリアと滞在分布を重ね合わせることで、避難リスクの高いエリアを特定・可視化する。可視化した情報に基づいて、避難行動や避難所収容状況を想定したシミュレーションを実施し、避難誘導や避難所配置の適正化に向けた施策の効果を検証する。	
【効果】最適な避難誘導計画と防災対策の高度化 避難情報の発信ポイントとタイミングの設定、優先避難ルートの設定、混雑リスクやボトルネックが想定されるエリアの事前把握と対策立案が可能となる。また、ハザードマップ等の災害リスク情報と人流分布を重ね合わせることで、危険度を踏まえた避難誘導設計が可能となる。	
ユースケース	
⑧ 訪日外国人観光客の観光動態データを活用した多言語防災対応力強化	⑨ 滞在人口データを活用した広域防災設計の高度化
【効果】観光客向け多言語避難誘導の向上 訪日外国人観光客の滞在実態と災害リスクを踏まえて多言語案内の重点配置地点を整理することで、形式的な対応に留まらない実効性の高い避難誘導が可能となる。特に、中部国際空港周辺、名古屋駅周辺、栄エリア、主要観光拠点を優先対象とすることで、災害時の安全確保に資する多言語対応力向上につながる。	【効果】広域的な都市・交通混乱の抑制 災害発生時における滞在人口の分布と避難行動を事前に把握することで、交通結節点における滞留・混雑の発生リスクを可視化することが可能となる。これにより、避難導線の分散や交通規制、避難誘導の優先エリア設定等を含めた広域的な避難計画の高度化が図られ、災害時における都市機能や交通ネットワークの混乱抑制に資する。
【考察】観光防災を起点とした多言語防災力強化 訪日外国人観光客の滞在分布とハザードマップ等の防災関連データを重ね合わせることで、「誰にどの言語で情報を届けるべきか」という観点から防災施策を設計できる。これにより、一律的な多言語対応から、人流とリスクに応じた優先度設定型の防災運営へ転換が可能となる。また、多言語案内や避難導線は平常時の観光案内にも活用でき、安全性と観光体験の向上を両立する基盤となる。	【考察】観光・産業・都市機能を守る広域防災設計への展開 南海トラフ巨大地震等を前提に平常時の行動特性と災害リスク情報を重ね合わせることで、避難ルート上のボトルネックや帰宅困難者発生エリアを事前に把握できる。こうした分析結果を踏まえた避難導線設計の検討は、産業活動や物流機能への波及的な混乱を抑制する広域防災設計へと展開できる。これにより、産業、防災政策を横断した統合的な視点から高度化することが期待される。

2.4.6 情報配信の最適化

活用パターンの詳細	
【活用データ】GPS 位置情報データ、デジタル行動履歴データ	
【活用方法】行動特性に応じた最適なタイミングでの配信 GPS 位置情報データやデジタル行動履歴データ等を統合的に活用し、利用者の移動状況や関心に応じて最適なタイミング・チャンネル・内容で情報を配信する仕組みを構築する。	
【効果】情報発信・販促施策の精度向上と費用対効果の最大化 目的に応じた行動喚起の効果向上が期待されるとともに、広告・販促情報の発信における精度が高まり、費用対効果の最大化が期待できる。	
ユースケース	
⑩ エリア特性別の高精度な広告配信	⑪ 回遊動線に基づいた広告配信による来訪誘導
【効果】エリア特性を踏まえた配信精度向上 名古屋市中心部と尾張エリア、三河エリア、知多エリア等における混雑時間帯や滞在特性の違いを踏まえることで、エリア・時間帯・ターゲット属性に応じた高精度な配信設計が可能となる。これにより、無駄な配信量を抑制しつつ、クリック、来訪、購買といった具体的な行動につながる広告効果の最大化を図ることが可能となる。	【効果】回遊動線に即した誘導施策の高度化 例えば、名古屋駅から栄、大須、名古屋駅から犬山市、岡崎市といった主要な移動動線に合わせて情報の配信を行うことで、利用者の移動状況に応じた効果的な情報提供が可能となり、商業施設や観光施設への誘導精度を高めることができる。これにより、県内における回遊性の向上や滞在時間の延伸につながる施策展開が可能となり、地域全体の消費拡大および観光振興への寄与が見込まれる。
【考察】「一律配信」から「行動前提の情報の配信設計」への転換 人流および行動データを前提に配信設計を行うことで、情報発信を一律型から受け手の行動を想定した設計型へと転換することが可能となる。とりわけ、地域ごとの特性が大きく異なる愛知県においては、地域特性を踏まえた情報の配信設計を行ううえで有効なアプローチとなる。	【考察】広告施策を超えた公共情報・観光施策への展開 配信結果をデータに基づき継続的に評価できることから、広告施策にとどまらず観光情報や公共情報の発信にも応用することが可能である。費用対効果を意識した情報発信の考え方を県全体の施策運営に組み込むことで、より効果的かつ効率的な情報発信体制の構築が期待される。

2.4.7 商圈の可視化

活用パターンの詳細	
【活用データ】GPS 位置情報データ、購買データ、属性データ	
【活用方法】実勢商圈の可視化	GPS 位置情報データ、購買データ、属性データ等を統合的に活用し、各施設・店舗・エリアが実際にどの範囲から来訪者を獲得しているのかを実勢商圈として可視化する。
【効果】客観データに基づく店舗・エリア戦略の最適化	実勢商圈の特定により客観的データに基づいた効果的な店舗戦略の検討が可能となる。
ユースケース	
⑫ 実勢商圈分析に基づく新規出店候補地の評価および投資意思決定支援	
【効果】実勢商圈に基づく立地評価の高度化	鉄道アクセスを前提とした狭域商圈、自動車移動を前提とした広域商圈、都市間移動を含む商圈など、愛知県特有の商圈構造を踏まえて市場規模を評価することで、候補地が本来有するポテンシャルを客観的に把握することが可能となる。これにより、新規出店に関する判断の精度向上および成功確度の向上につながる。
【考察】「距離」ではなく「行動」で商圈を捉えることの重要性	愛知県においては、単純な距離圏に基づく商圈設定のみでは、実際の利用実態を十分に把握することができない。実際の来訪行動データに基づき商圈を把握することで、多核型の都市構造および自動車利用を前提とした移動特性を踏まえた、再現性の高い出店判断が可能となる。

2.4.8 レイアウトの最適化

活用パターンの詳細
【活用データ】人流データ、売上データ
【活用方法】施設内外のレイアウトの最適化 人流データや売上データ等を統合的に活用し、来訪者の移動や滞在の分布を把握することで、施設内外における利用状況や回遊特性を可視化する。可視化した情報を踏まえ、来訪者の流れや滞在傾向に適したレイアウトや導線配置を検討することで、施設全体の回遊性や利用効率の向上に向けた空間設計の最適化を図る。
【効果】回遊性の向上 高収益テナント配置や導線設計、混雑緩和、サイン・デジタルサイネージ配置などのレイアウト最適化により来訪者の回遊性が向上する。
ユースケース
⑬ 来訪者情報データを活用した店舗改装効果の定量的検証と方針の立案
【効果】レイアウト改善効果の客観的検証・テナント配置検討の高度化 改装前後における通行量、滞留時間、回遊範囲の変化を実データとして把握することで、回遊性や導線改善の効果を客観的に検証することが可能となる。これにより、地下街や複合ビル、郊外型大型ショッピングセンターなど、それぞれの施設特性に応じたレイアウト改善効果の評価が行える。 都心型施設においては歩行導線の広がりや立ち寄り行動、郊外型施設においては駐車場からの誘導性やファミリー層の回遊行動等を踏まえることで、最も集客効果の高いテナント配置を把握することができる。これにより、テナントリーシングや区画再編について、データに基づく合理的かつ戦略的な検討が可能となる。
【考察】愛知県特有の商業構造を前提とした改装判断 愛知県においては、都心型エリアと郊外型エリアとで来訪手段や滞在行動が大きく異なることから、画一的なレイアウト改善では十分な効果を得にくい。人流データに基づき来訪実態と施設特性を評価することで、各施設の特性に即した改装判断を行うことの重要性が明確になる。 回遊性向上と売上増加の関係を定量的に示すことにより、改装投資を経験則や感覚に依存せず、費用対効果に基づいて判断することが可能となる。これにより、単発的な改装にとどまらず、中長期的な商業施設価値の向上を見据えた戦略的な投資判断への転換が期待される。

2.4.9 物流ルートの最適化

活用パターンの詳細	
【活用データ】GPS 位置情報データ、プローブデータ、交通量調査データ、物流データ	
【活用方法】物流ルートの最適化 GPS 位置情報データ、プローブデータ、交通量調査データ、物流データ等を統合的に活用したシミュレーションにより、物流ネットワークの構造や輸送ルートの特性を把握し、効率的かつ安定的な物流ルートの最適化を図る。	
【効果】物流効率化と物流レジリエンスの向上 輸送コスト削減、ドライバー稼働の平準化、渋滞回避率の向上など、物流サービスレベルの向上を実現する。また、物流ネットワークの依存構造やボトルネック区間を把握することで、災害時における代替輸送ルートの検討や物流維持戦略の検討にも活用でき、グリーン物流の推進とあわせて持続可能で強靱な物流ネットワークの構築につながる。	
ユースケース	
⑭ 重要物流ルートの可視化と災害時ネットワーク影響評価によるサプライチェーン強靱化	
【効果】重要物流ルートの可視化と代替輸送戦略の把握 製造業・輸出物流を支える湾岸部や高速道路などの交通ネットワークへの依存構造を可視化することで、サプライチェーン上で重要性の高い道路・橋梁区間の把握が可能となる。これにより、サプライチェーン上の重要物流ルートやボトルネック区間を可視化するとともに、南海トラフ巨大地震等の大規模災害発生時に想定される道路被害や交通分断を踏まえた交通・物流ネットワークの影響評価を行うことができる。 その結果、災害時に利用可能な代替輸送ルートや輸送維持のために優先確保すべき区間を把握することができ、企業が策定する事業継続計画（BCP）における物流確保の検討と、県が定める緊急輸送道路ネットワークとの整合を図ることが可能となる。これにより、災害時における物資輸送の確保や産業活動の早期回復に資する交通・物流ネットワークの構築につながる。	
【考察】物流レジリエンス強化による産業基盤の保全 物流・交通ネットワークの依存構造を平時から可視化し、災害発生時の影響を事前に評価することで、災害対応を「事後復旧」中心の対応から「事前に備える設計型」の防災へと転換することが可能となる。 また、災害時の分析を通じて得られる代替ルートやボトルネック区間に関する知見は、平常時における渋滞回避や輸送効率化、輸送コスト削減にも活用できる。物流レジリエンスの強化は、防災・減災だけでなく産業活動の持続性や競争力の向上にも寄与する取り組みであり、愛知県の製造業・輸出産業を支える基盤強化として重要な意義を持つ。	

2.4.10 ニーズの可視化

活用パターンの詳細	
【活用データ】GPS 位置情報データ、購買・利用履歴データ、Web アンケートデータ	
【活用方法】住民・来訪者・企業ニーズの構造的な可視化	
GPS 位置情報データ、購買・利用履歴データ、Web アンケートデータ等を統合的に活用し、住民・来訪者・企業などのニーズを定量的かつ構造的に把握する。	
【効果】投資・施策の重点化と新規ビジネス創出	
新規サービス開発や出店判断の根拠が得られ、ターゲット層ごとの課題が明確化され、行政施策と民間ビジネスを連動させた効果的な投資・施策の重点化が可能となる。	
ユースケース	
⑮ 駅・商業施設来訪者の人流・食に関するニーズ分析	
【効果】愛知県の地域特性に即した需要把握	
県内の地域ごとに異なる来訪者構成や滞在目的を踏まえた飲食・サービスニーズを可視化することで、実態に即した需要把握が可能となる。これにより、業態開発、新規出店判断、営業時間設計等について、データに基づく検討を行うことができる。 例えば、都心型就業者中心エリアにおけるランチ需要、観光地における子連れ対応ニーズ、郊外エリアにおけるカフェ・スイーツ需要など、供給が追いついていないポイントを定量的に把握することが可能となる。需要と供給のギャップを前提とした分析により、実効性の高い施策の検討・立案につなげることができる。	
【考察】行動データと意識データの組み合わせの重要性	
人流や購買といった行動データに、Web アンケートを通じて把握した不満・潜在ニーズといった意識データを重ね合わせることで、「なぜ選ばれないのか」といった要因にまで踏み込んだ分析が可能となる。とりわけ需要構造が複雑な愛知県においては、両者を組み合わせた分析手法が、実態に即した課題抽出および施策立案において極めて有効である。 こうした需要把握の結果は、民間店舗のサービス改善や品揃え最適化にとどまらず、混雑対策や回遊性向上などの公共施策にも活用することができる。地域特性を踏まえたサービス設計・情報提供を行うことで、県全体としての利便性および住民・来訪者の満足度向上につながることを期待される。	

3. セミナーの開催

3.1 第1回セミナーの開催報告

タイトル

人流ビッグデータを活用した交通/観光領域での分析事例・ユースケース

日時

2025 年 7 月 29 日 (火) 15:00～16:00

形式

オンライン開催 (zoom)

プログラム

- あいちデジタルアイランドプロジェクト概要説明
(愛知県経済産業局産業部産業振興課デジタル産業グループ)
- 令和6年度「データを活用した行動変容」事業の成果報告及び
令和7年度「データ活用実証事業」の取組紹介
(KDDI 株式会社)
- 地域におけるデータ利活用の取組紹介
(株式会社 GEOTRA)

発表概要

本セミナーでは初めに、「あいちデジタルアイランドプロジェクト」の概要について説明を行い、その目的や全体像を共有した。続いて、2024 年度の取り組みとして、NFC を活用した空港島から常滑市街地への送客効果の検証、常滑市内における人流および消費行動データの取得と分析結果について報告を行った。

さらに、2025 年度の計画として、愛知県の傾向や特徴に関する調査、得られたデータを踏まえたデータ活用パターンの作成、愛知県を訪れる訪日外国人観光客に対して行動変容を促す広告配信ソリューションの検証内容を紹介した。

あわせて、交通/観光領域における人流データの特性や有用性、具体的な活用事例についても取り上げ、参加者がデータを活用した交通利便性向上や、観光客の滞在・体験時の魅力向上の可能性を具体的にイメージできるような内容を提供した。

参加者人数

65 人

3.2 第2回セミナーの開催報告

タイトル

地域におけるデータ利活用の取組紹介

日時

2025 年 11 月 5 日 (水) ～ 7 日 (金) 13:30～14:00

(計 3 回の実施)

場所

ポートメッセなごや

(日本最大級異業種交流展示会「メッセナゴヤ 2025」 あいちデジタルアイランドプロジェクトブース プレゼンテーションステージ)

プログラム

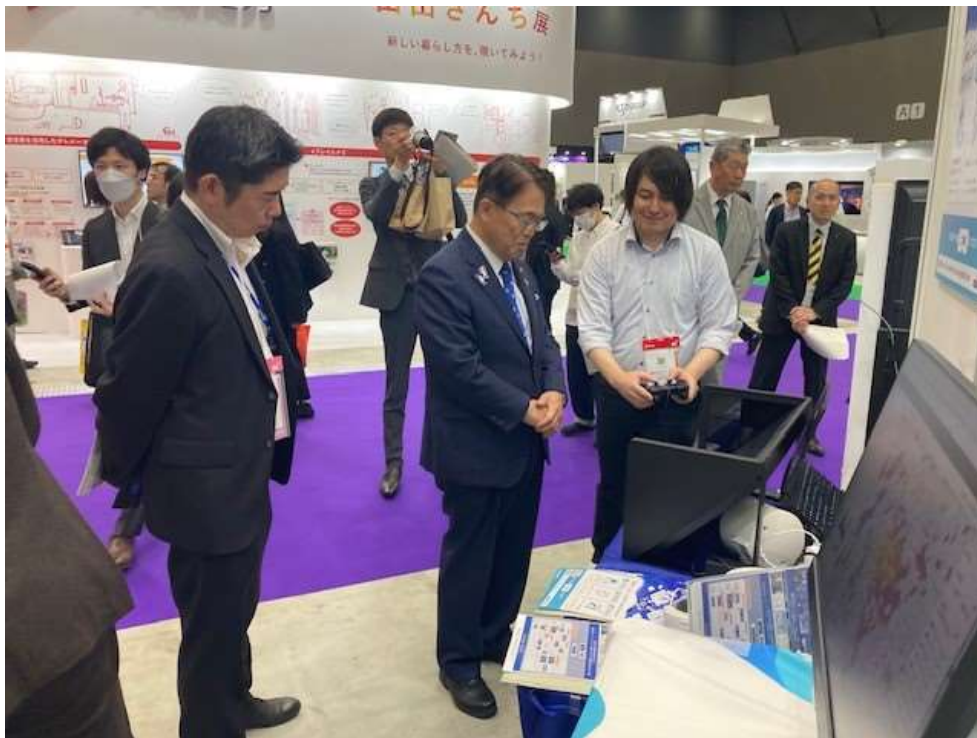
- 令和 6 年度「データを活用した行動変容」事業の成果報告及び令和 7 年度「データ活用実証事業」の取組紹介
(KDDI 株式会社)
- 地域におけるデータ利活用の取組紹介
(株式会社 GEOTRA)

発表概要

本セミナーでは、2024 年度の取り組みとして、NFC を活用した空港島から常滑市街地への送客効果の検証、常滑市内における人流および消費行動データの取得と分析結果について報告を行った。

さらに、2025 年度の計画として、愛知県の傾向や特徴に関する調査、得られたデータを踏まえたデータ活用パターンの作成、愛知県を訪れる訪日外国人観光客に対して行動変容を促す広告配信ソリューションの検証内容を紹介した。

あわせて、交通/観光領域における人流データの特性や有用性、具体的な活用事例についても取り上げ、参加者がデータを活用した交通利便性向上や、観光客の滞在・体験時の魅力向上の可能性を具体的にイメージできるような内容を提供した。



3.3 第3回セミナーの開催報告

タイトル

データ活用実証事業（あいちデジタルアイランドプロジェクト）成果報告会

日時

2026 年 3 月 17 日 (火) 14:00～15:15

形式

オンライン開催（zoom）

プログラム

- データ活用実証事業の取組説明
（KDDI 株式会社）
- データの利活用に向けた調査等の成果報告
（KDDI 株式会社、株式会社 GEOTRA）
- データを活用した実証の成果報告
（KDDI 株式会社）
- 2026 年度のあいちデジタルアイランドプロジェクト推進事業の取組紹介
（愛知県経済産業局産業部産業振興課デジタル産業グループ）

発表概要

本セミナーでは、2025 年度のデータ活用実証事業の成果について、調査・実証の報告を行った。まず、他地域の先行事例調査に加え、愛知県の地形、人口動態・社会構造、産業構造、まちづくり、交通、観光、防災といった観点から県内特性を整理し、その結果を踏まえて「来訪者・回遊性の可視化」「交通渋滞状況の可視化」「避難誘導の最適化」「輸送ルートの最適化」の 4 つのデータ活用パターンと、それに紐づく 7 つのユースケースを紹介した。これにより、今後の国際的な大規模イベントを見据えたデータ利活用の方向性を提示した。

次に、「Japan Travel by NAVITIME」のインバウンド人流データを用いて、愛知県内における訪日外国人観光客の傾向、特徴等を可視化・分析した結果を報告した。さらに、同アプリの広告配信機能を活用し、ターミナルエリアから特定観光地への誘導および周辺回遊を目的とした行動変容実証の結果を紹介し、示唆を整理するとともに、今後の改善課題と対処案を提示した。

これらを踏まえ、2026 年度の「あいちデジタルアイランドプロジェクト推進事業」の

方向性および今後の取組の概要についても紹介を行った。

参加者人数

48 人

4. 実証

4.1 概要

実証背景

愛知県では、今後予定されている国際的な大規模イベントの開催に伴い、訪日外国人観光客の増加が見込まれている。これにより、訪日外国人観光客の滞在・体験価値の向上、目的地までの移動利便性の向上、会場周辺における入退場時の混雑緩和、消費行動の喚起など、愛知県の魅力向上および情報発信力の強化に資する取組が求められている。

このような背景を踏まえ、本実証では、インバウンド関連データ、人流データおよび交通データを取得・分析し、これらを活用して県内事業者が抱える課題の解決に資するソリューションの検証を実施する。

実証目的

本実証の目的は、愛知県内における訪日外国人観光客の人流データ分析を踏まえ、多言語による広告配信ソリューションが訪日外国人観光客の行動変容に与える効果を検証し、回遊促進につながるデータ利活用の方向性および示唆を明らかにすることである。

実証内容

訪日外国人観光客を対象として多言語広告を配信し、記事閲覧履歴および観光地来訪履歴等のログデータを取得する。これらのデータを用いて、記事閲覧から実際の観光地訪問に至る一連の行動変容を分析し、当該ソリューションによる誘導効果および回遊促進効果について検証を行う。

4.2 愛知県内における訪日外国人観光客の傾向

4.2.1 訪日外国人観光客の人流データの説明

愛知県内における訪日外国人観光客の傾向や特徴を把握するため、下記のデータを用いて分析する。

取得データ

No.	項目	詳細
1	取得データの種類	人流データ（ナビタイムジャパン社インバウンドデータ）
2	取得方法	ナビタイムジャパン社が提供する「Japan Travel by NAVITIME」アプリを利用し、且つ位置情報機能をオンにしているユーザー
3	取得エリア	愛知県
4	取得期間	2024 年 8 月～12 月、2025 年 8 月～12 月

取得データの分析一覧

愛知県の訪日外国人観光客の傾向や特徴を下記で分析する。

1. 愛知県の訪日外国人観光客の滞在者数
2. 訪日外国人観光客の愛知県内滞在ヒートマップ
3. 訪日外国人観光客が愛知県内に滞在する時間帯
4. 愛知県を訪れる訪日外国人観光客の国籍

データ項目

No.	項目	詳細
1	国籍	20 の国・地域
2	訪日経験	初訪/リピート
3	滞在時間帯	朝/日中/夜間/深夜
4	滞在地	同一 1km メッシュ内に 30 分以上滞留
5	周遊ルート	24 時間以内にどの地域を周遊しているのか（市区町村単位）
6	入国空港	訪日外国人観光客が入国する際に利用する空港
7	出国空港	訪日外国人観光客が出国する際に利用する空港
8	出発駅	鉄道を利用した訪日外国人観光客の出発駅
9	到着駅	鉄道を利用した訪日外国人観光客の到着駅
10	駅区間	OD 間の経路情報（地図上から選択、指定した駅区間を乗車し

		た旅行者の移動経路)に関する情報。NAVITIME 社が提供する「Japan Travel by NAVITIME」アプリより取得した GPS データを利用。
--	--	---

4.2.2 愛知県内における訪日外国人観光客の人流データの分析

4.2.2.1 愛知県の訪日外国人観光客の滞在者数

【分析内容】

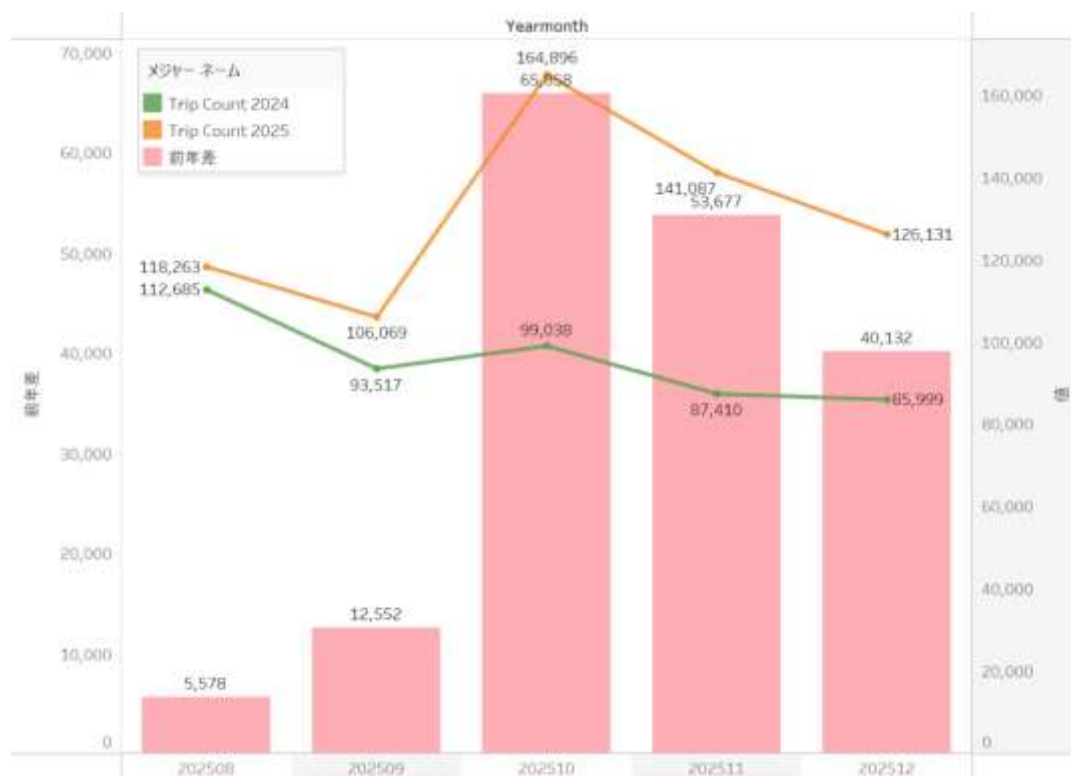
2024 年および 2025 年 8～12 月における愛知県内の訪日外国人観光客の来訪数を月次推移にて集計し、どの月に訪日外国人観光客数がピークとなるか、また 2024 年度と 2025 年度における同一月（8～12 月）の差分を可視化する。

【分析結果】

図 1 より、2025 年の 8～12 月における訪日外国人観光客は 10 月がピークで、約 16.5 万人。前年差も 10 月が最大で、2024 年同月比で約 6.5 万人増加している。

一方で、同期間中で最も来訪者数が少ない 9 月においても、来訪者数は前年同月を上回っており、需要は底上げ傾向にあるといえる。この増加傾向は 9 月に限らず、他の月においても同様に確認されており、2025 年は通年で訪日外国人観光客数が前年を上回る拡大傾向にあることが示された。

[図 1]：年度別・月別訪日外国人観光客の滞在者数



4.2.2.2 訪日外国人観光客の愛知県内滞在ヒートマップ

【分析内容】

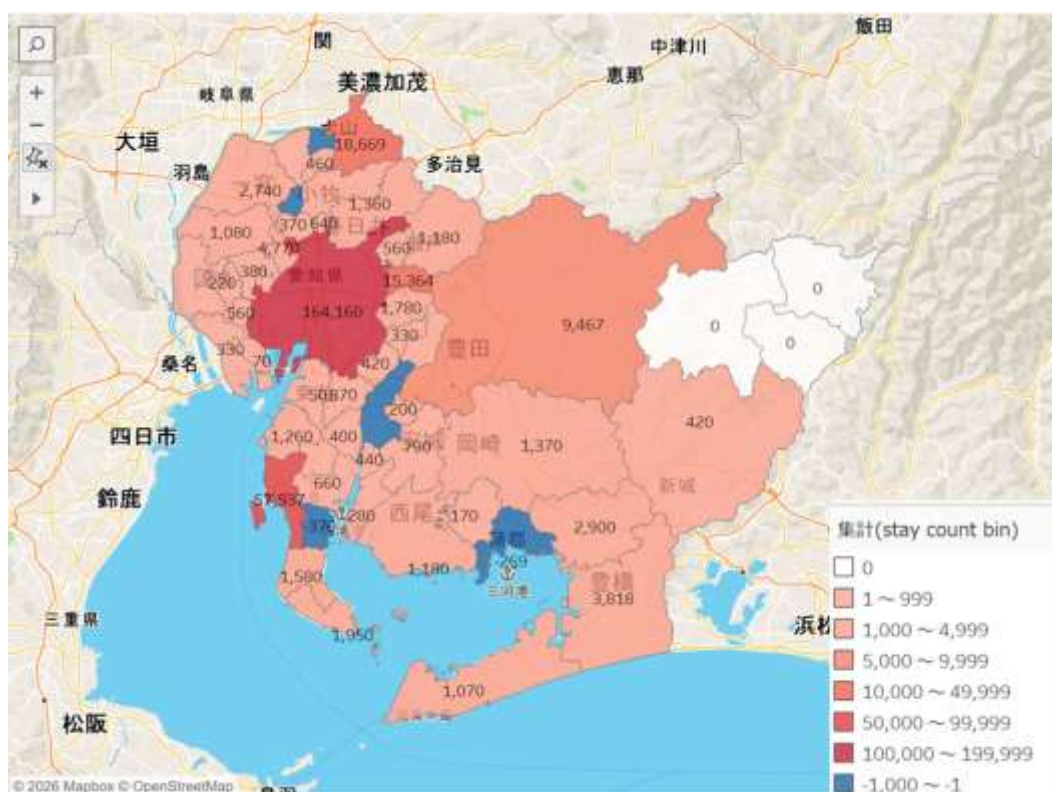
2024 年および 2025 年 8～12 月における愛知県内各市区町村での訪日外国人観光客の滞在状況について、その増減傾向を可視化する。

【分析結果】

図 2 より、愛知県内において最も顕著な滞在数の増加が見られるのは名古屋市であり、前年比で約 16.4 万人の増加となっていることが確認される。名古屋市は県内の中核的な都市として、訪日外国人観光客の宿泊・滞在拠点としての機能を一層強めている。

さらに図 3 の結果から、滞在数の増加幅が大きい市区町村は、名古屋市を筆頭に、常滑市、犬山市、長久手市、豊田市の順で上位となっている。これらの自治体では、空港アクセスや観光資源等の要因が複合的に作用し、訪日外国人観光客の滞在が拡大している。

[図 2]：市区町村別増減者数（2024 年→2025 年）



[图 3]：市区町村別増減割合（2024 年→2025 年）



4.2.2.3 訪日外国人観光客が愛知県内に滞在する時間帯

【分析内容】

訪日外国人観光客の滞在が増加傾向にある愛知県内の市区町村（上位3市区町村）を対象に、2024年および2025年8～12月の125mメッシュ単位での滞在人口の増減傾向を時間帯別に可視化する。

【分析結果】

滞在が特に集中する名古屋市では、日中帯には市内全域で広く滞在人口が分布する一方、愛知県内の他市町村と比較すると夜間の滞在規模も相対的に大きい傾向がみられる。

名古屋市

名古屋市は、日中は名古屋駅や栄周辺といった中心部に滞在が集中する一方で、他の市町村と比較して夜間・深夜においても広範囲で高い滞在人口が維持されていることが確認される。これにより、名古屋市は昼夜を通じて人流が持続する都市構造を有しており、ナイトタイムも含めた観光・商業活動のポテンシャルが相対的に高いエリアである。

常滑市

中部国際空港を中心に、滞在は日中に圧倒的に偏る傾向が見られる。夜間・深夜には空港内で一定の滞在が維持されているものの、市街地全体としての滞在人口は日中と比較して大幅に減少しており、空港およびその周辺エリアの利用が主として日中時間帯に集中している。

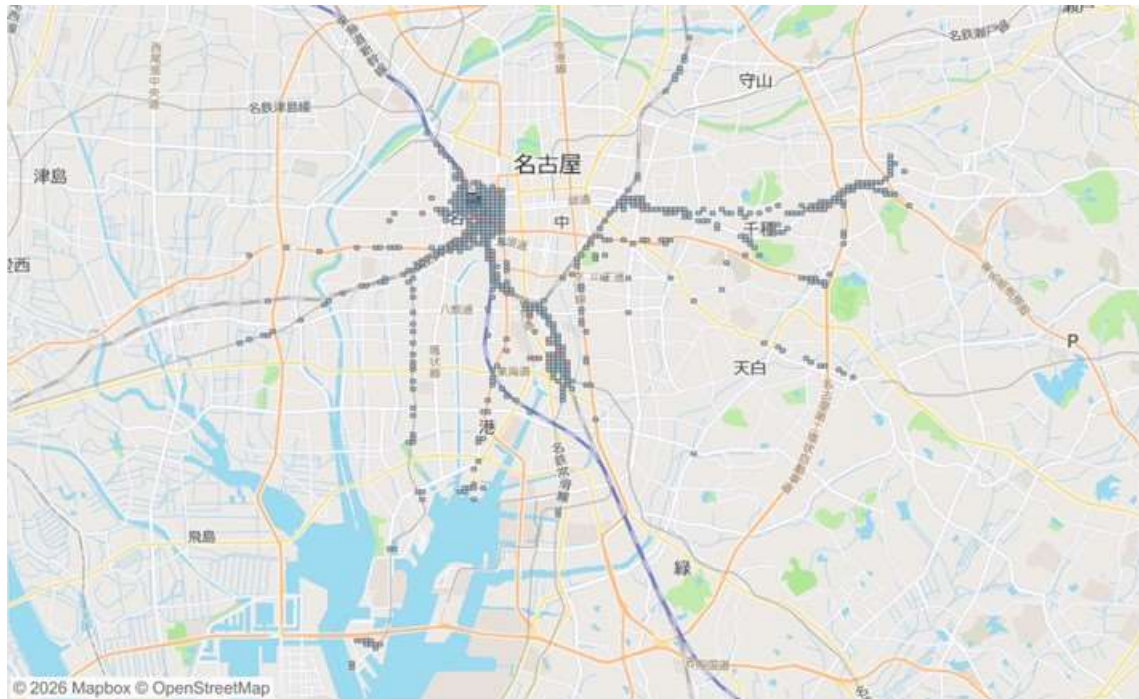
犬山市

犬山市は、日中には犬山城周辺や城下町エリアといった観光拠点で滞在人口密度が非常に高まる一方、夜間から深夜にかけてはこれら観光エリアでの滞在が大きく減少する傾向がみられる。その結果、夜間以降は駅周辺や住宅街に一定の滞が残るのみとなり、滞在人口の分布は限定的なものとなっている。

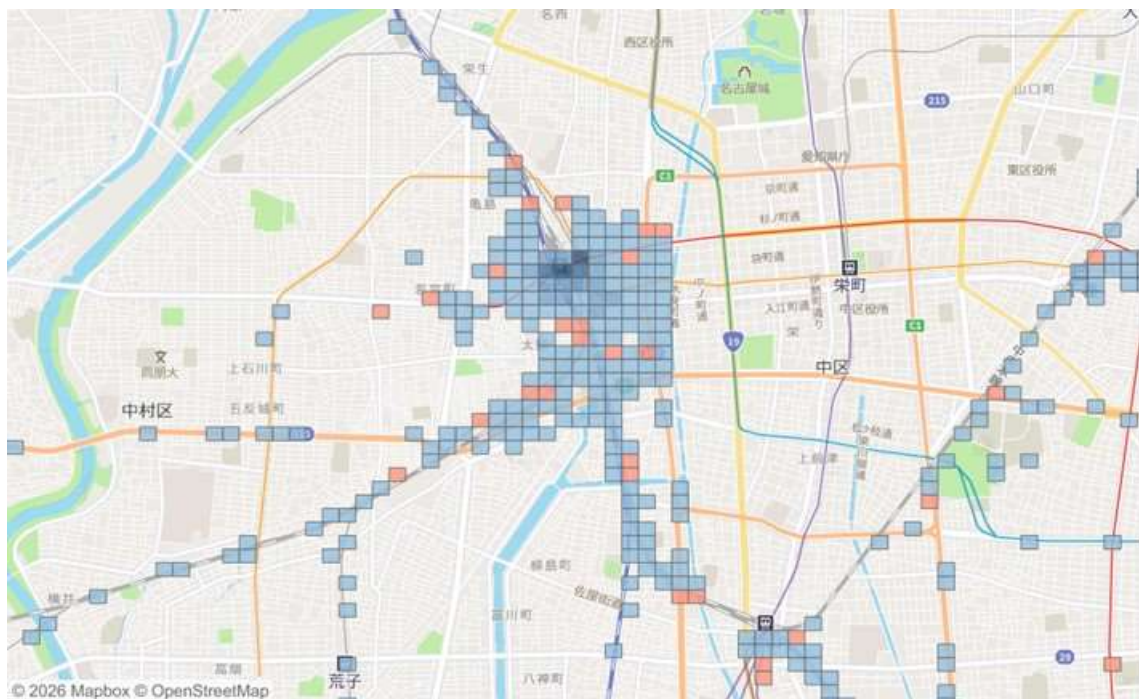
[図4]：市区町村別滞在時間増減（2024年→2025年）



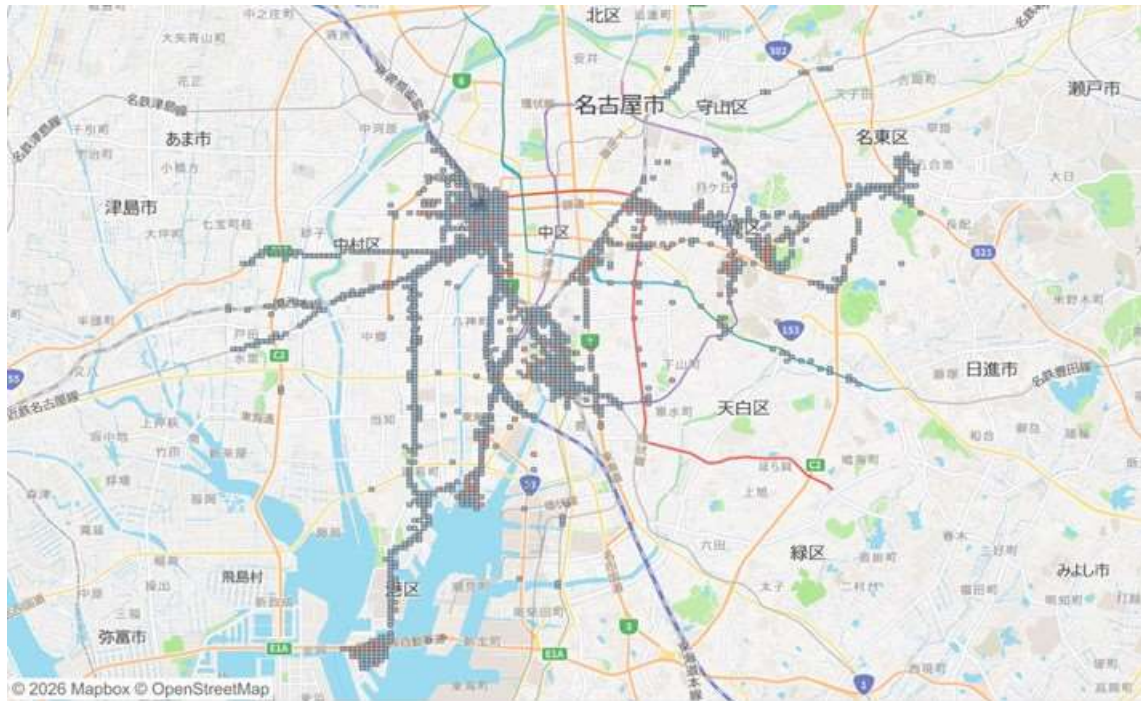
名古屋市：朝 / 06:00～09:59



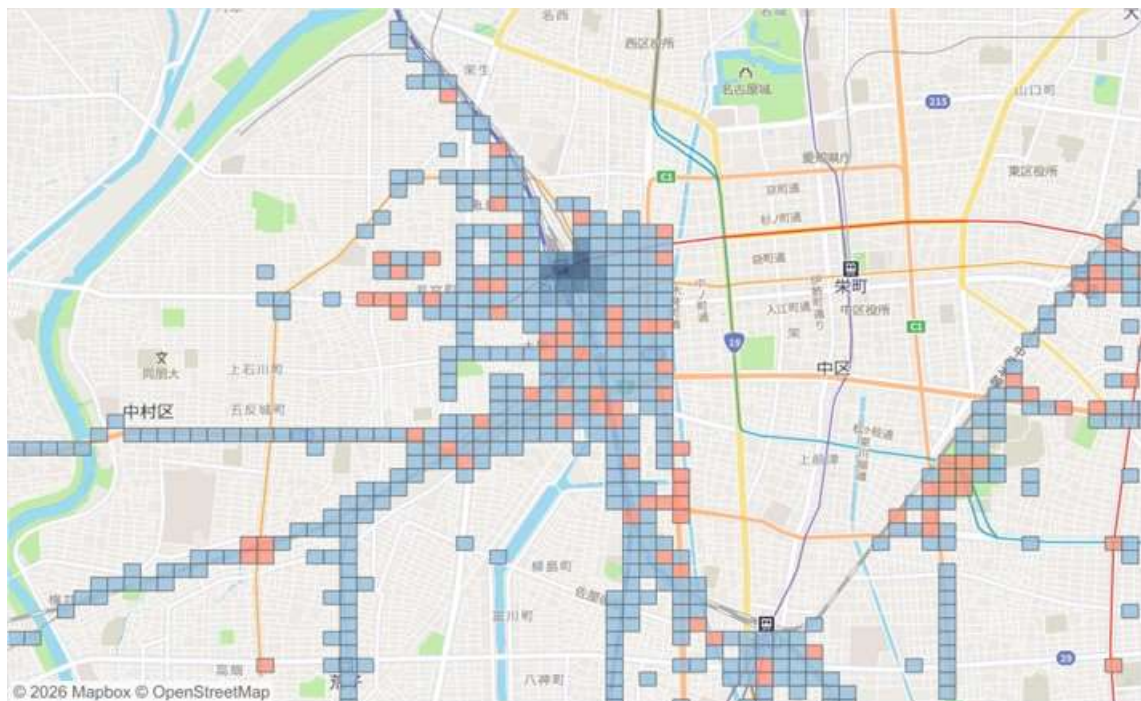
名古屋市：朝 滞在集中エリア / 06:00～09:59



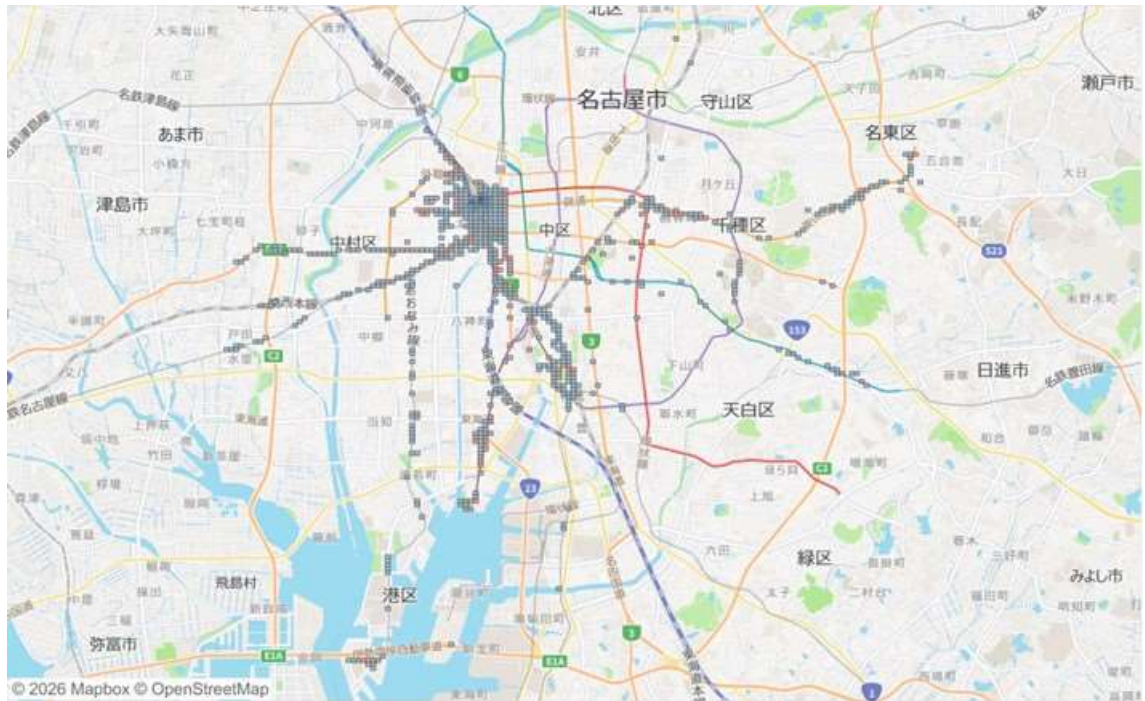
名古屋市：日中 / 10:00～17:59



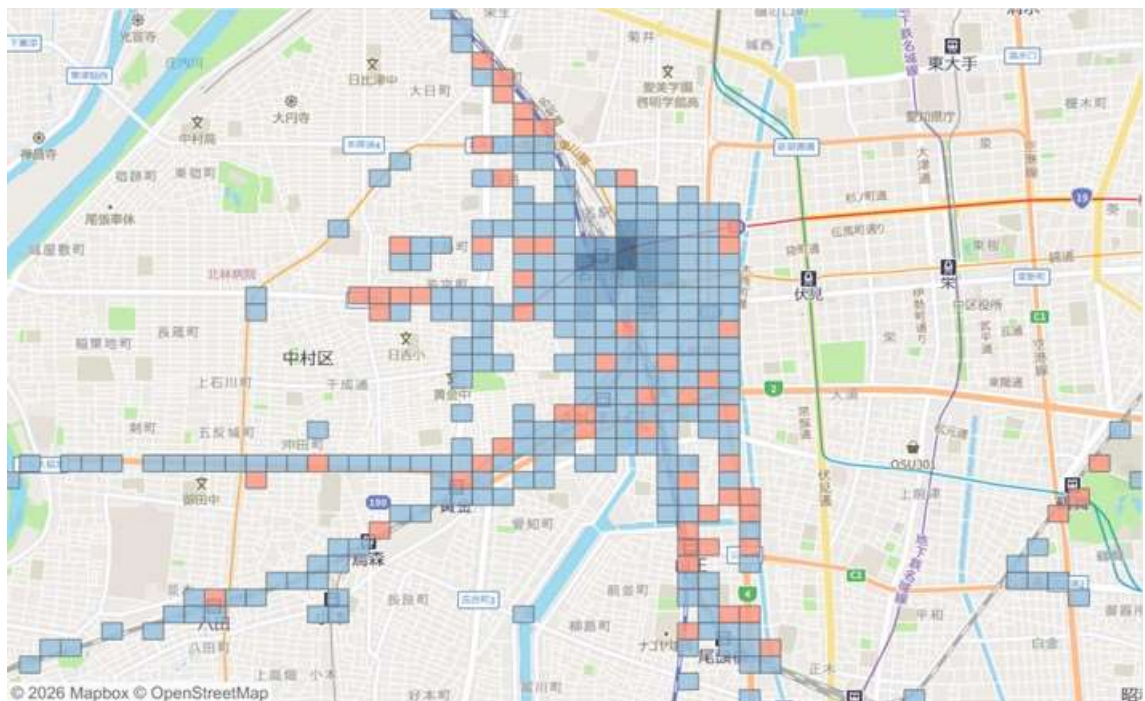
名古屋市：日中 滞在集中エリア / 10:00～17:59



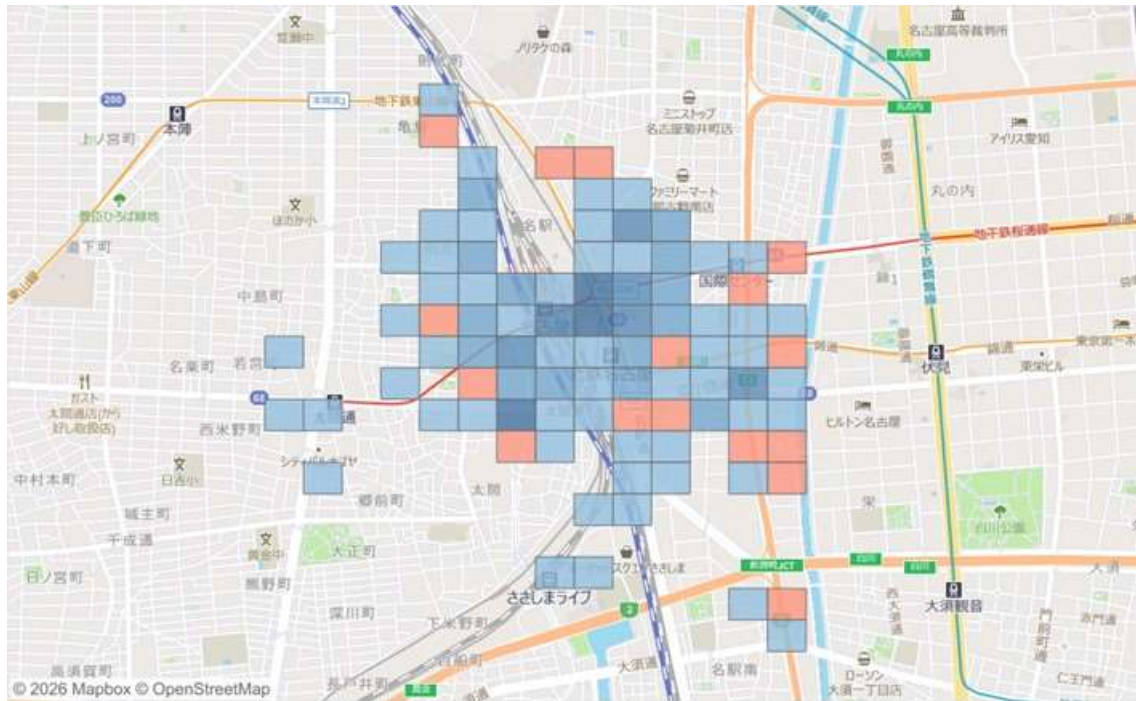
名古屋市：夜 / 18:00~22:59



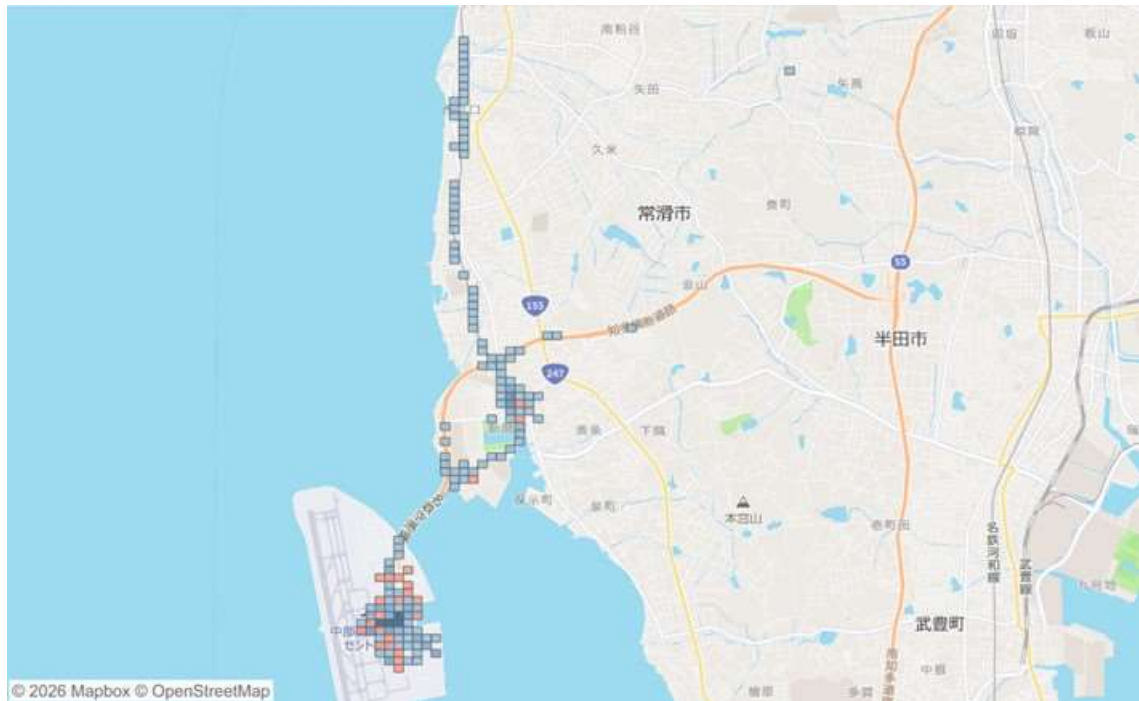
名古屋市：夜 滞在集中エリア / 18:00~22:59



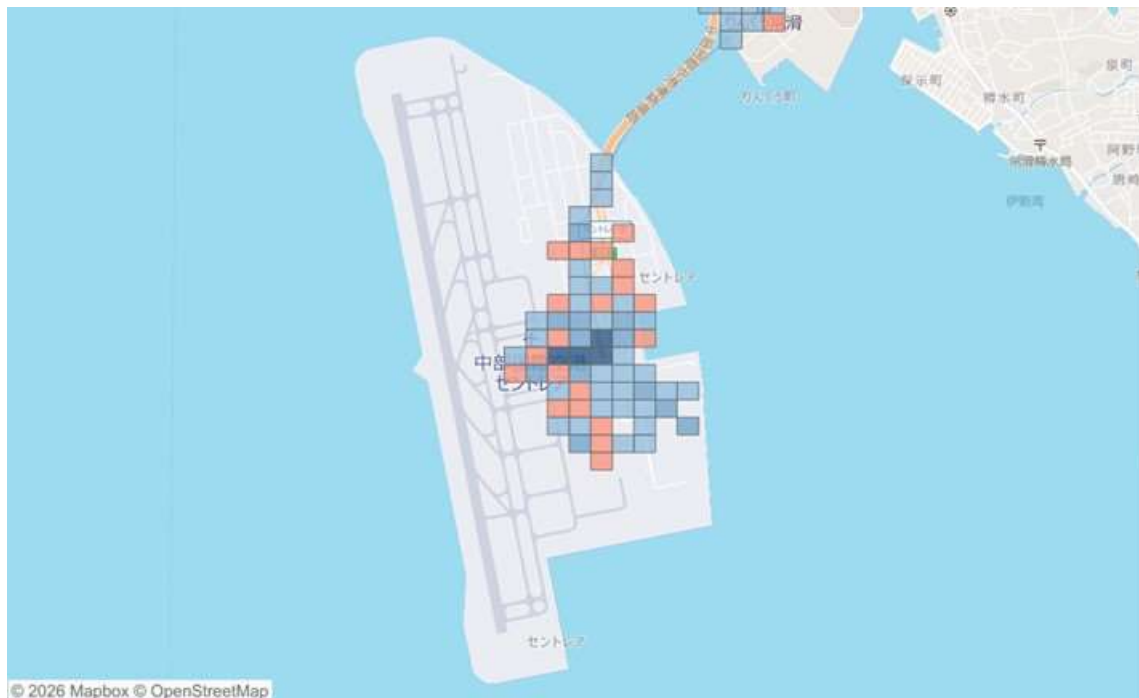
名古屋市：深夜 滞在集中エリア / 23:00～05:59)



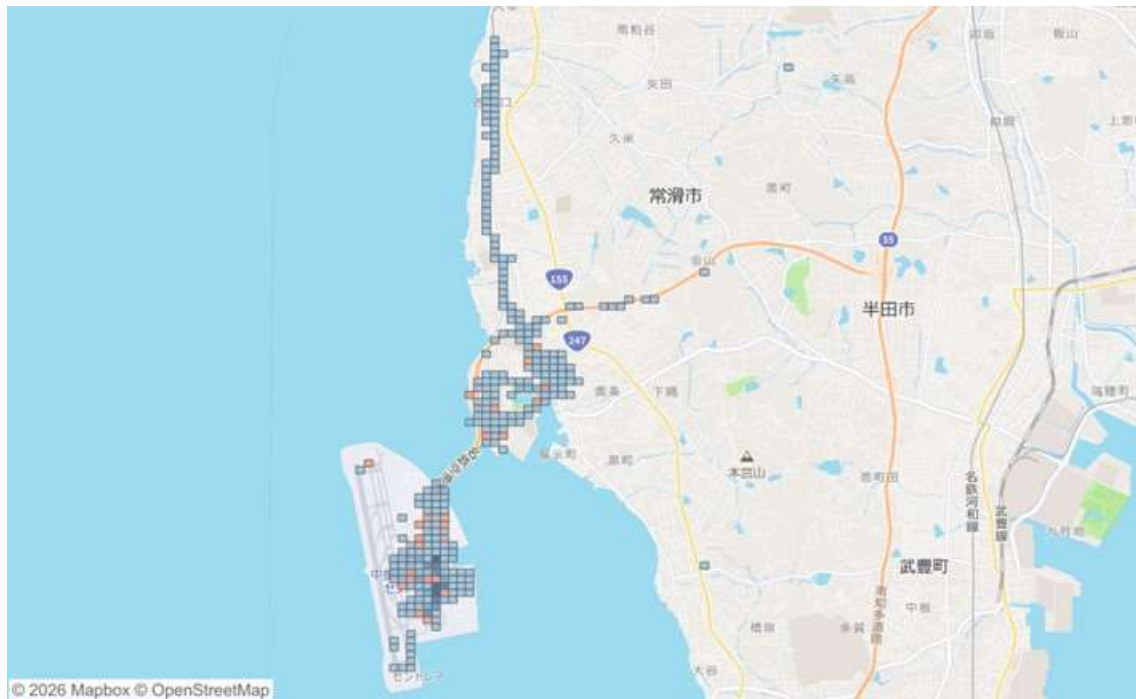
常滑市：朝 / 06:00～09:59



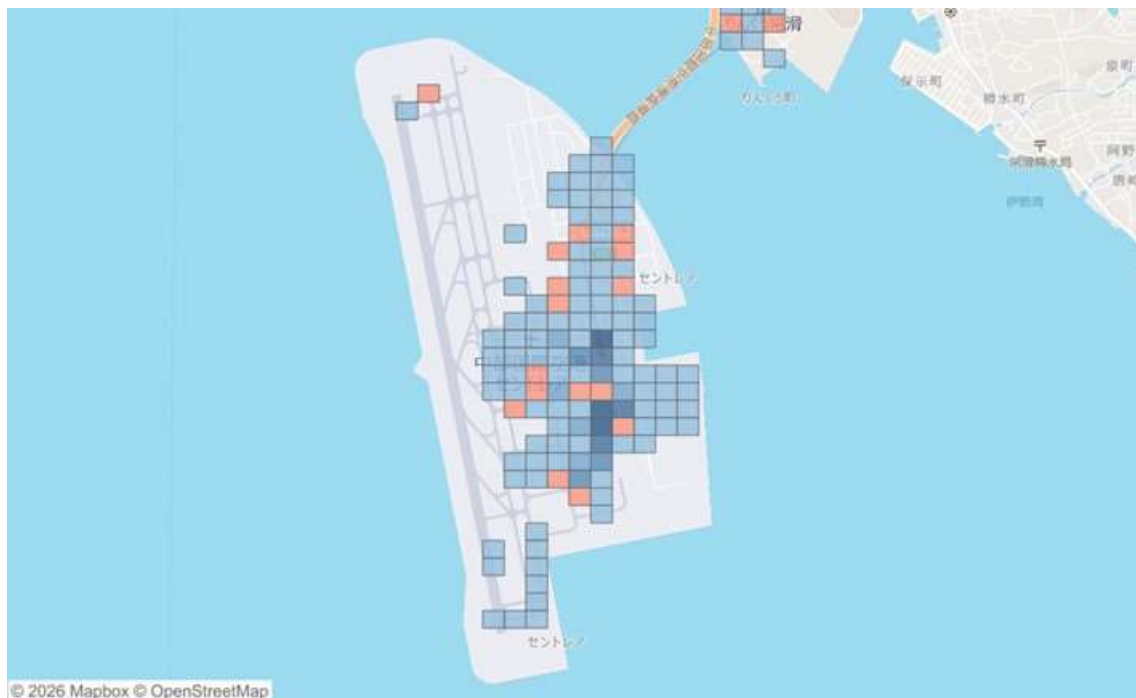
常滑市：朝 滞在集中エリア / 06:00～09:59



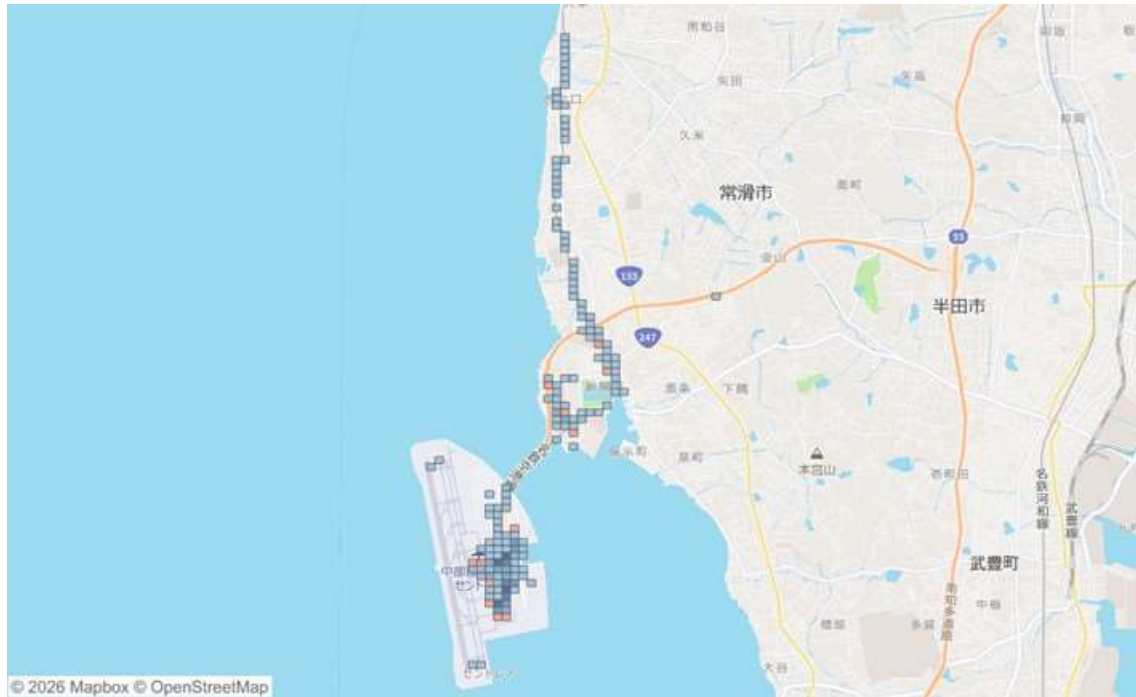
常滑市：日中 / 10:00～17:59



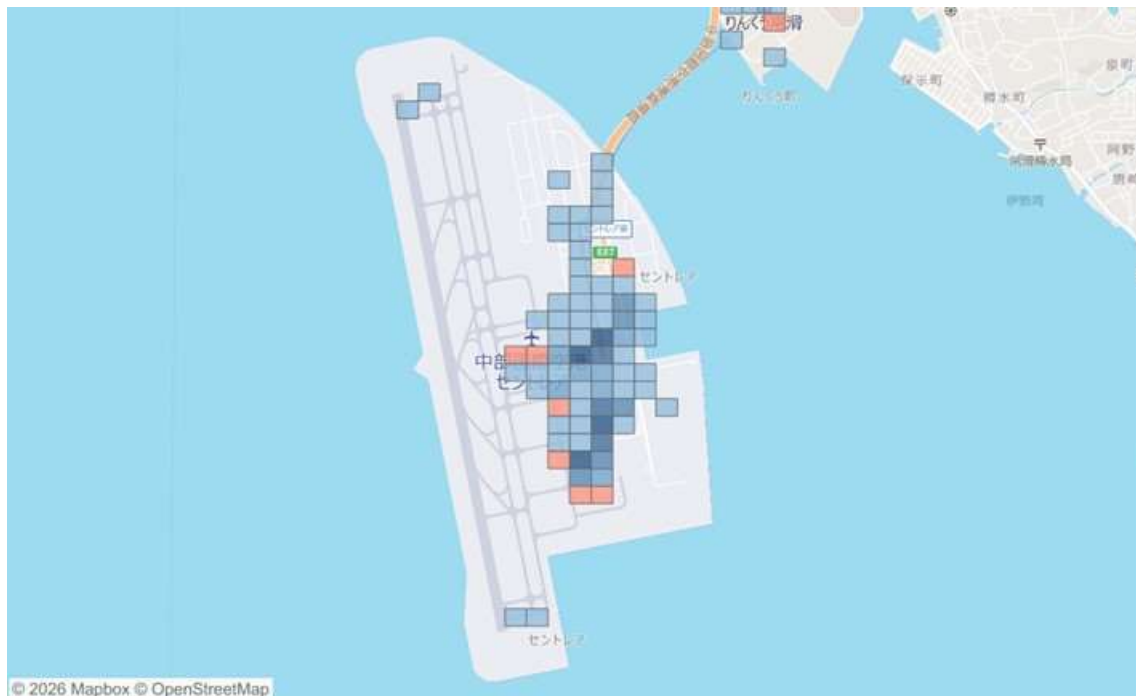
常滑市：日中 滞在集中エリア / 10:00～17:59



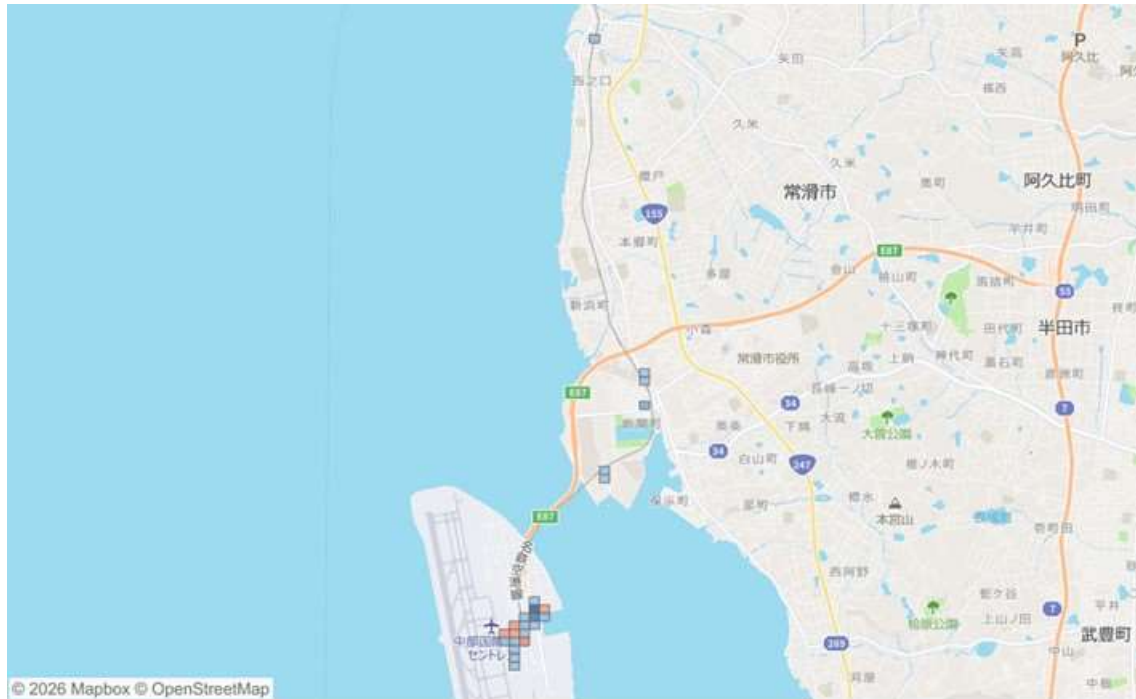
常滑市：夜 / 18:00～22:59



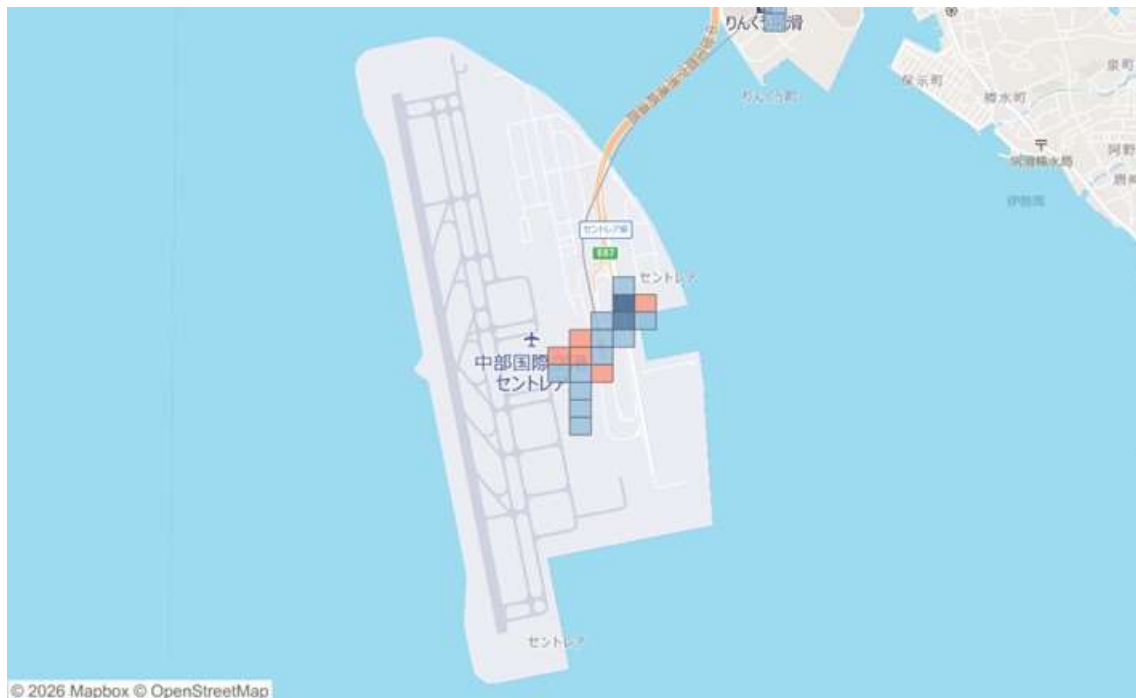
常滑市：夜 滞在集中エリア / 18:00～22:59



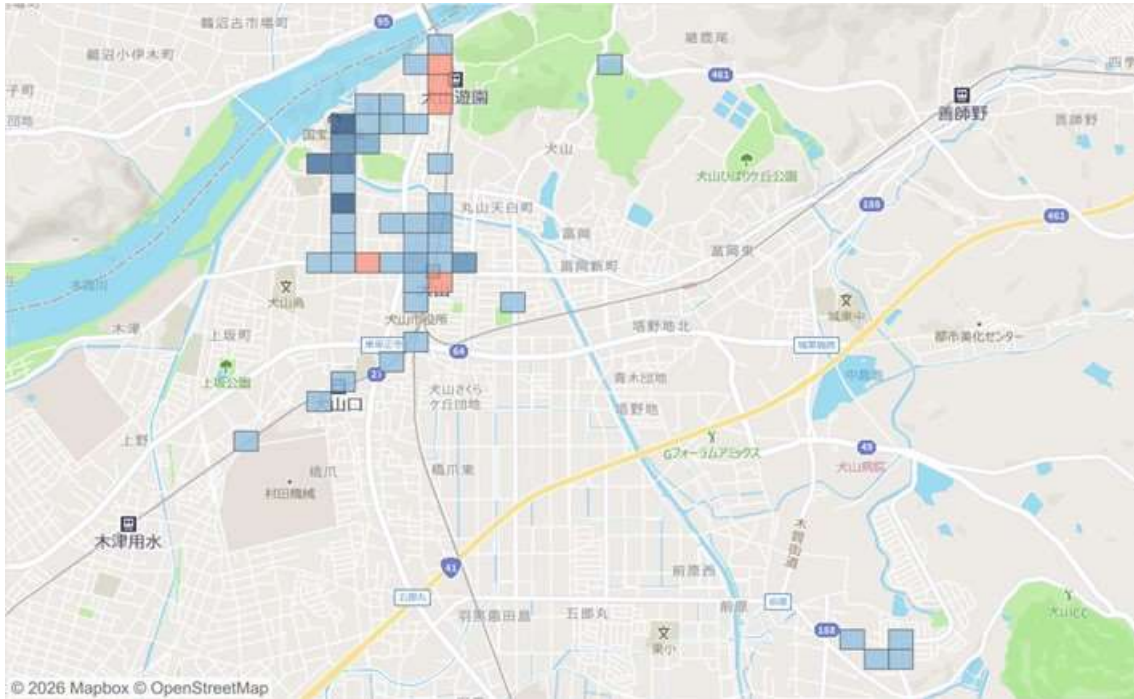
常滑市：深夜 / 23:00～05:59



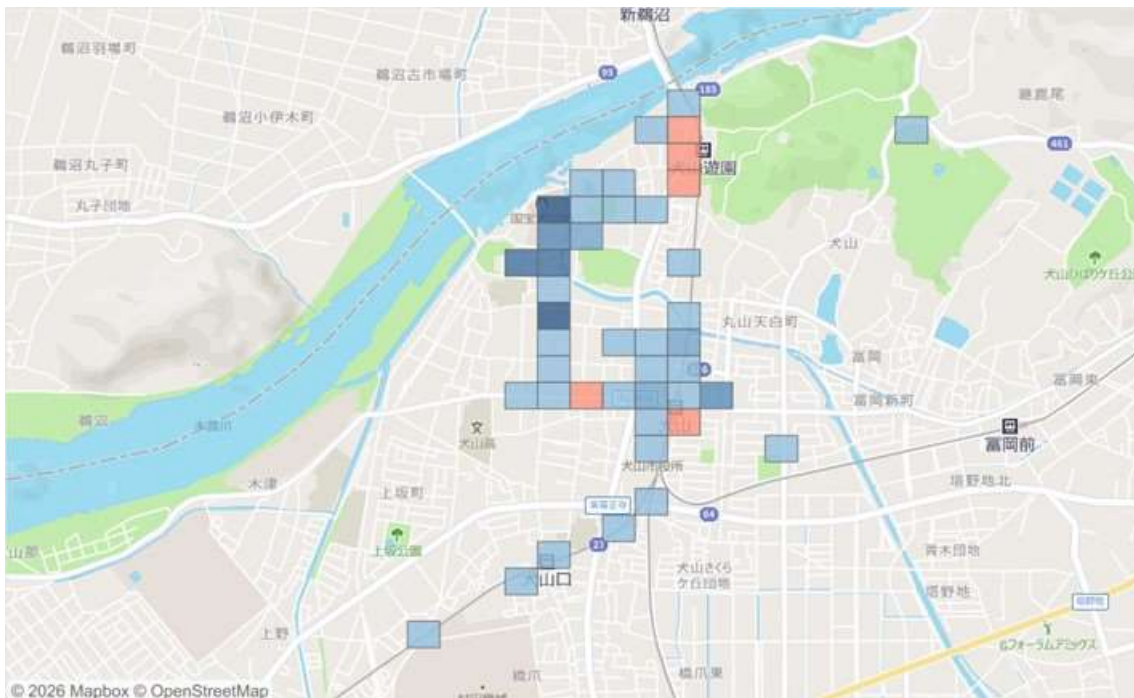
常滑市：深夜 滞在集中エリア / 23:00～05:59



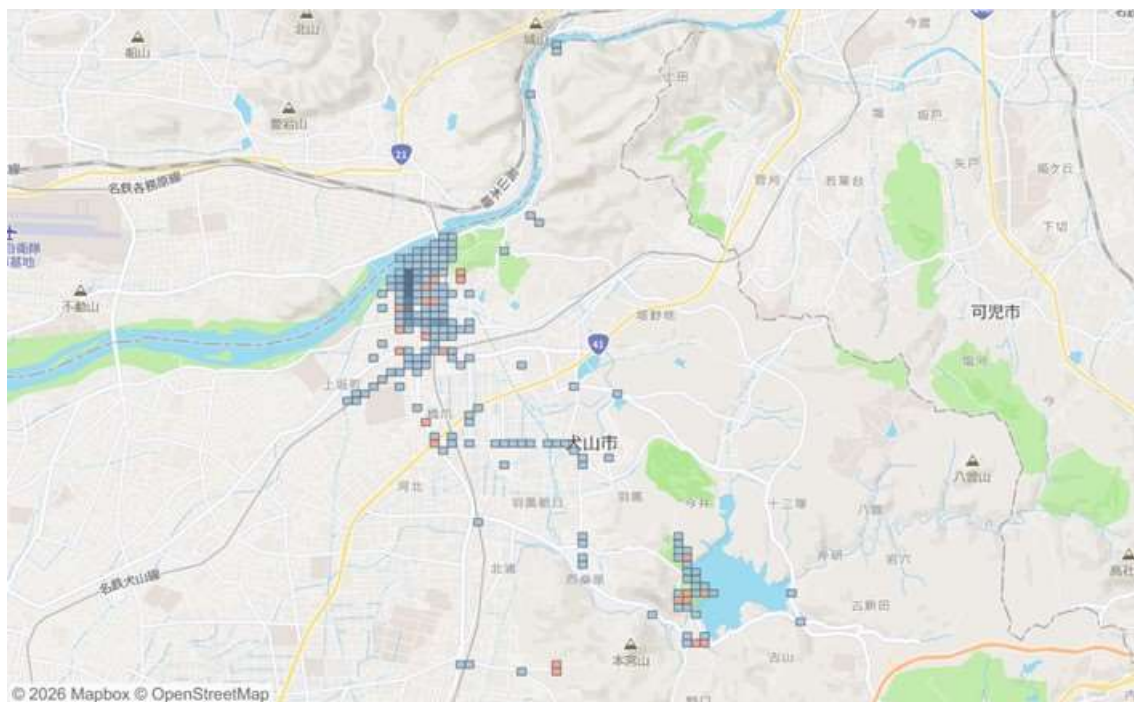
犬山市：朝 / 06:00～09:59



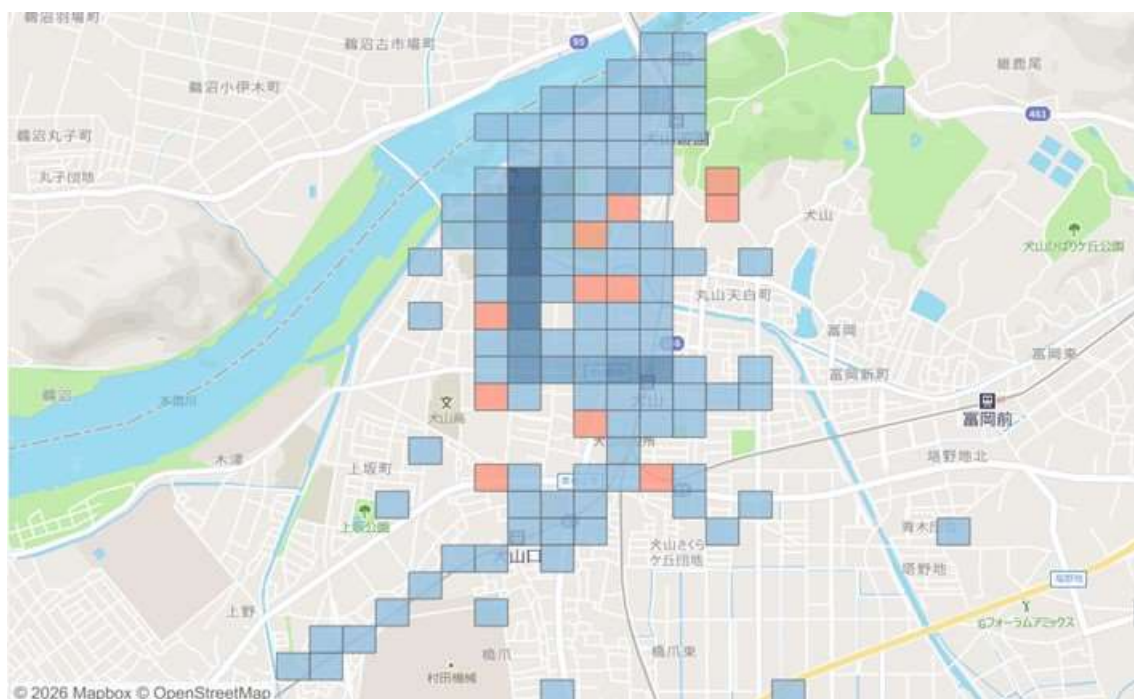
犬山市：朝 滞在集中エリア / 06:00～09:59



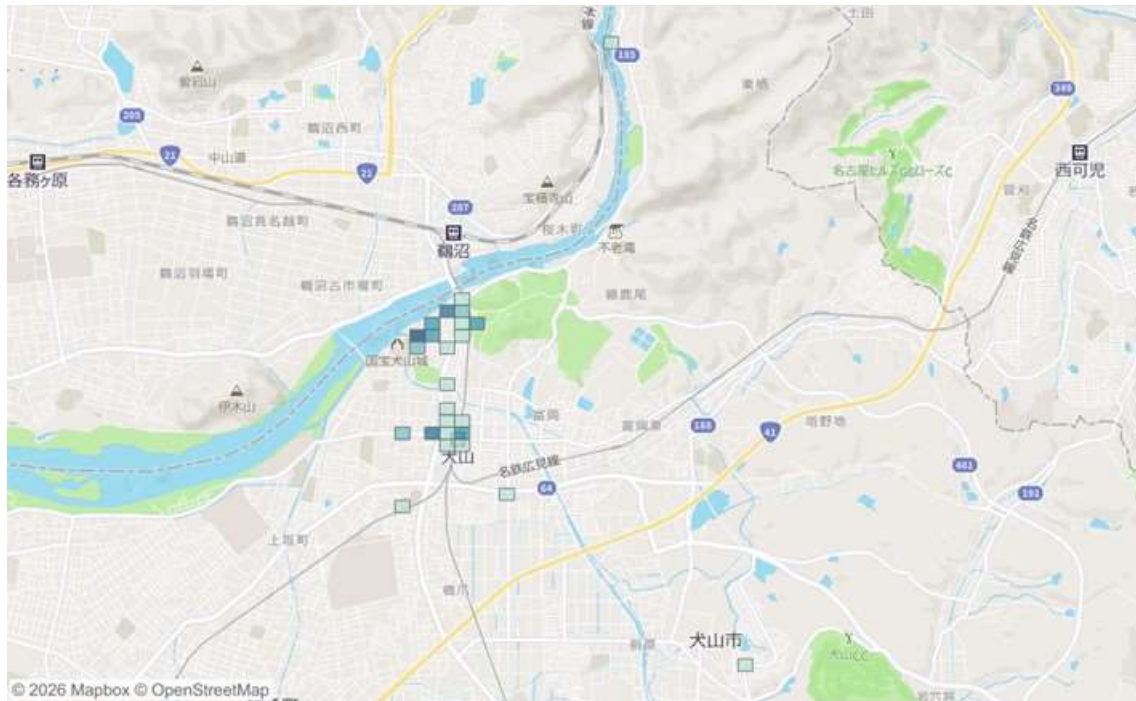
犬山市：日中 / 10:00~17:59



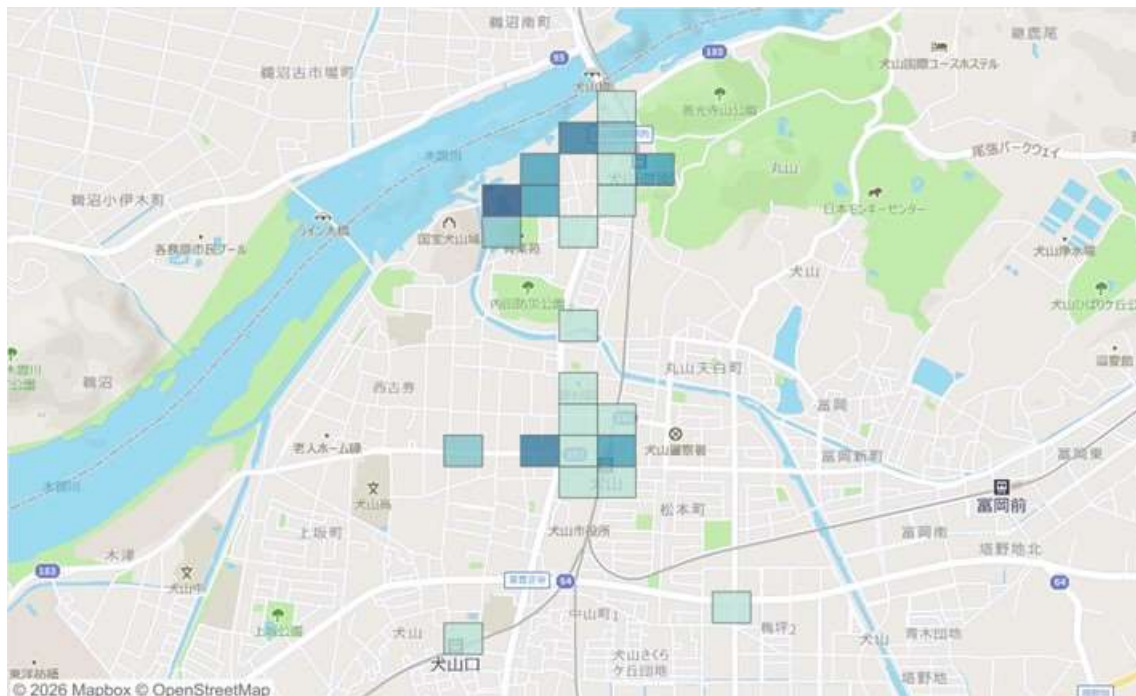
犬山市：日中 滞在集中エリア / 10:00~17:59



犬山市：夜 / 18:00～22:59



犬山市：夜 滞在集中エリア / 18:00～22:59



犬山市：深夜 滞在集中エリア / 23:00～05:59



4.2.2.4 愛知県を訪れる訪日外国人観光客の国籍

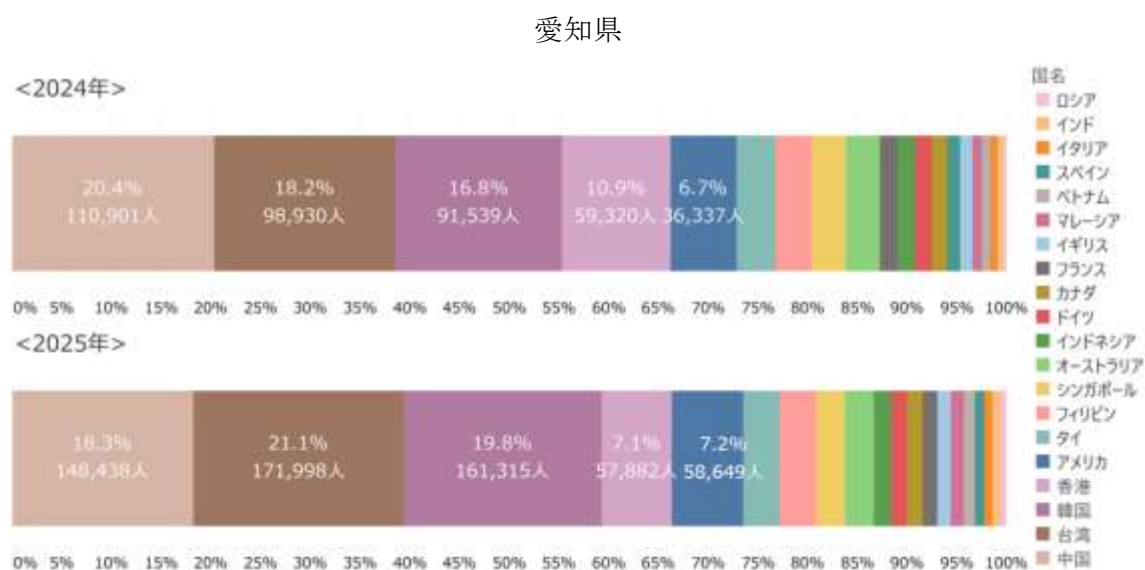
【分析内容】

訪日外国人観光客の滞在が増加傾向にある愛知県内の市区町村を対象に、2024 年および 2025 年の 8～12 月における市区町村内滞在の国籍別傾向を可視化する。本分析では、増加傾向のある上位の市区町村より、名古屋市、常滑市、犬山市を対象とする。

【分析結果】

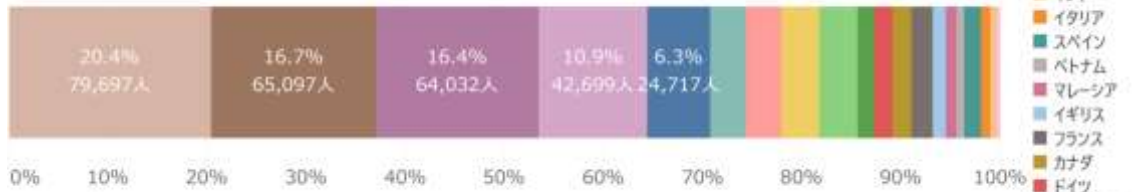
2025 年 8 月～12 月の愛知県内に滞在した訪日外国人観光客は 81.3 万人で、2024 年同期間比+49%と大きく伸長しており、とりわけ台湾や韓国から名古屋市への滞在が全体増加を強く牽引している。年度比で増加寄与が大きい国籍は台湾・韓国・中国であり、これら 3 か国が滞在外全体に占める割合も上位を占めている。

[図 5]：愛知県および市区町村別国籍割合（2024 年→2025 年）

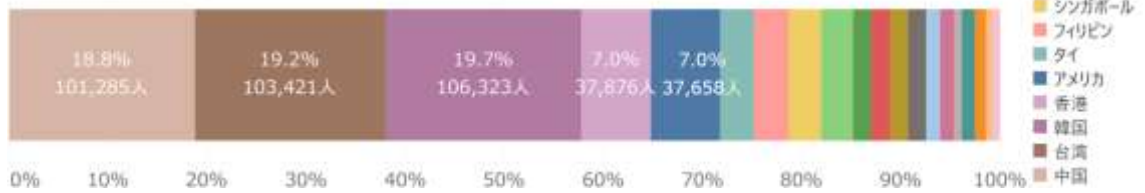


名古屋市

<2024年>

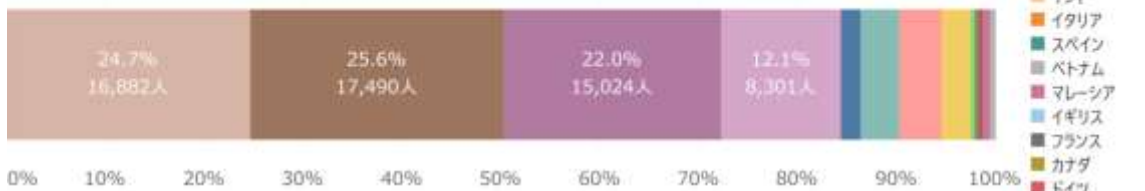


<2025年>



常滑市

<2024年>

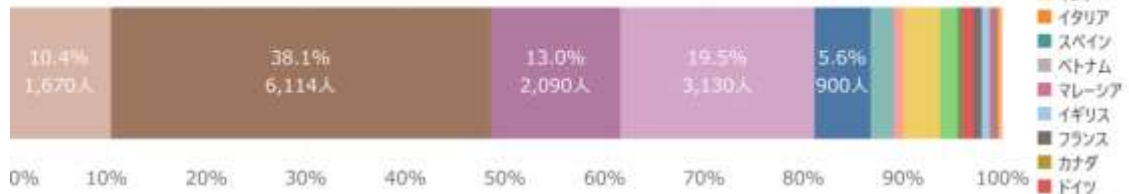


<2025年>

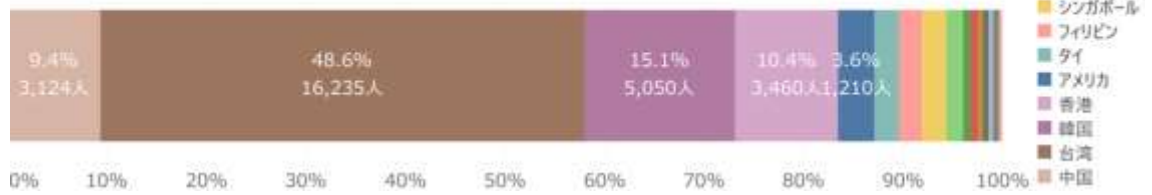


犬山市

<2024年>



<2025年>



4.2.3 愛知県内における訪日外国人観光客の人流データの分析結果のまとめ

分析結果のまとめ

2024 年および 2025 年の 8～12 月における愛知県の訪日外国人観光客動向を分析した結果、2025 年は全体として前年（2024 年）を上回る増加傾向が確認された。月次推移では、2025 年の来訪ピークは 10 月で約 16.5 万人に達し、前年差においても 10 月の増加幅が最大（約+6.5 万人）となっている。閑散期は 9 月であるものの、9 月を含むすべての月で前年を上回る結果となっており、年間を通じた来訪需要の底上げが進行している状況がうかがえる。

市区町村別の滞在増減をみると、名古屋市での滞在増加が特に顕著であり、前年差は+16.4 万人となった。滞在増加の上位市区町村は、名古屋市、常滑市、犬山市、長久手市、豊田市の順となっている。さらに、滞在者数が増加している主要市区町村（上位 3 市区町村）における国籍傾向を分析した結果、「韓国×名古屋市」が全体の増加をもっとも強く牽引していることが明らかになった。全体として滞在割合の上位国籍は台湾・韓国・中国であり、これらの国籍が愛知県のインバウンド増加に対して大きな寄与を示している。

実証エリアの選定

本実証では、広告配信ソリューションを活用した訪日外国人観光客の行動変容効果を検証する。実証エリアとしては、「来訪需要の増加傾向」「回遊余地」「移動利便性」「市内での需給差」の観点から犬山市を選定した。

犬山市は、愛知県内で 2024 年から 2025 年にかけて訪日外国人の来訪・滞在が増加している市区町村の一つであり、市区町村別の滞在増加でも上位に位置していることから、一定の需要が見込めるエリアである。また、名古屋市から鉄道でのアクセスが良く、訪日外国人にとって移動のハードルが比較的低いことから、回遊訴求による移動促進効果を検証しやすい条件を備えている。

さらに、市内には犬山城のような高い知名度を有する観光地と、その周辺に位置するその他の観光スポットが共存しており、人気スポットから周辺エリアへの回遊を広告配信によって後押しし、その行動変容効果を定量的に測定しやすい点も、実証エリアとして犬山市を選定した理由である。



広告接触フェーズでの閲覧数（受信数）では、平時における認知ポテンシャルを検証し、広告接触フェーズの閲覧履歴と行動変容フェーズの広告受信数から広告配信における行動変容が行われたかを検証する。

ソリューション実証で求める行動変容

	記事の条件
対応言語	英語、韓国語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）
広告文字数	英語 1,000 word 程度
配信	○広告配信タイミング：愛知県内のスポット/駅を目的地にした経路検索時 愛知県内でのアプリ起動時 名古屋駅/栄駅/中部国際空港来訪時 └紹介スポット：犬山城/犬山城下町 ○広告配信タイミング：犬山城/犬山城下町エリア来訪時 └紹介スポット：博物館明治村/日本モンキーパーク/熱田神宮 /あつた nagAya
配信期間	2025/9/1～12/24
作成方法	英語で記事を作成し、内容は日本語に翻訳し確認。 他 3 言語へは確定した英語の記事を翻訳。

広告配信による下記の行動変容を訴求する。

1. 行動変容①：ターミナルエリアから【A】犬山城・犬山城下町へ誘導
2. 行動変容②：【A】犬山城・犬山城下町から、【A'】犬山エリア内へ回遊
3. 行動変容③：【A】犬山城・犬山城下町から、【B】熱田エリアへ回遊



配信・広告の仕様

配信の種類	内容
乗換ターゲティングバナー	【配信方法】 ○愛知県内のスポット/駅を目的地にした経路検索結果画面の下部にバナー表示。 ※配信数制限なし ○対応言語：英語、韓国語、中国語（簡体字、繁体字）
オープニングパネル	【配信方法】 ○愛知県全域が入る円形を作成し、その円内でアプリを起動した際にパネル表示。 ※配信は1度のみ ※表示タイミングは端末差分/GPS については通信状況により異なる ○対応言語：英語、韓国語、中国語（簡体字、繁体字）
プッシュ配信	【配信方法】 ○名古屋駅/栄駅/中部国際空港周辺にジオフェンスを設定し、エリア内に入ったらプッシュ配信。 ○犬山城/犬山城下町周辺にジオフェンスを設定し、エリア内に入ったらプッシュ配信。アンケートページへ遷移。 ○アンケート単体：アンケート配信用に施設毎に4つ

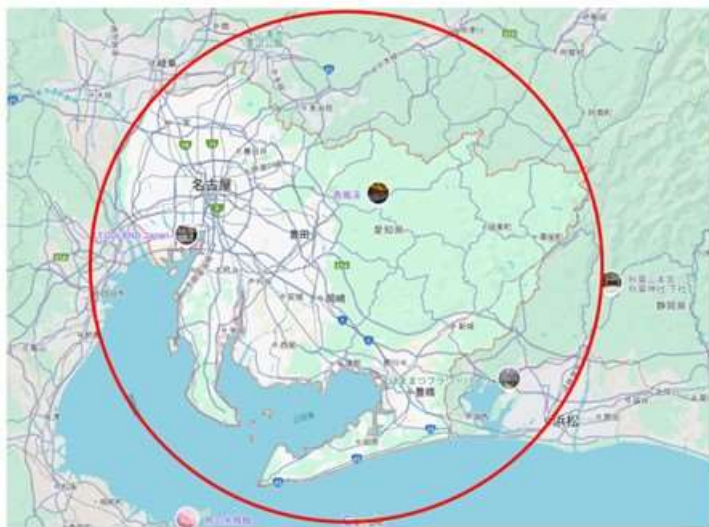
	のキャンペーンを設定。博物館明治村、日本モンキーパーク、熱田神宮、あつた nagAya の各エリア周辺にジオフェンスを設定し、エリア内に入ったらプッシュ配信。 ※配信は1度のみ ※受信タイミングは端末差分/GPS については通信状況により異なる 【文字制限】 ○タイトル：全角 12 文字/半角 24 文字 ○メッセージ：全角 30 文字/半角 60 文字 ○URL：半角 2,024 文字 ○対応言語：英語、韓国語、中国語（簡体字、繁体字）
--	---

広告の仕様	内容
記事の再確認方法	○閲覧履歴や保存機能はないが、記事検索で閲覧可能。（アクセスはカウントされない） ○乗換ターゲティングバナーは複数回表示されるため、再度愛知県内のスポット/駅を目的地にした経路検索を行えば閲覧可能。
各配信の互換性	○各配信メニューはそれぞれ独立して設定しているため、他の配信メニューで表示/配信されたことを管理し、一方の広告の表示有無の制御はない。

配信エリア

【オープニングパネル配信エリア】

愛知県全域が入る円形を作成し、エリア内でアプリを起動した際に表示。

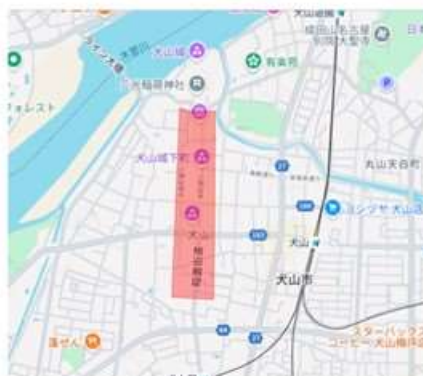


【プッシュ配信エリア】

配信エリア：名古屋駅/栄駅/中部国際空港周辺



配信エリア：犬山城/犬山城下町（アンケートページへ遷移するリンクを記事内に設置）



アンケート単体

配信エリア：博物館明治村/日本モンキーパーク/熱田神宮/あつた nagAya



4.3.2 広告配信ソリューションの効果検証

効果検証一覧

○愛知県の訪日外国人観光客に対するソリューション実証の効果検証

1. 訪日外国人観光客に対するソリューション実証で配信した広告の配信数/記事閲覧数
2. 訪日外国人観光客に対するソリューション実証の広告配信効果
3. ソリューション実証によって確認された訪日外国人観光客の行動変容

○アンケート結果

集計条件

No	項目	詳細
1	対象地域	愛知県
2	使用データ	ナビタイムジャパン社インバウンドデータ 「Japan Travel by NAVITIME」アプリの広告配信数レポート 「Japan Travel by NAVITIME」アプリの来訪検知数レポート
3	期間	2025 年 9 月～12 月
4	データの集計単位	月毎

データ項目

【広告配信】

No	項目	詳細
1	広告配信数	乗換ターゲティングバナー/オープニングパネル/プッシュ通知の配信数
2	記事閲覧数	記事を読んだ数
3	CTR	広告配信数に対する記事閲覧の率

【来訪検知】

No	項目	詳細
1	広告接触数	紹介しているエリアを訪れる前に、乗換ターゲティングバナー/オープニングパネル/プッシュ通知を受け取り、訪れたユーザーの数。 例：名古屋駅でプッシュ通知を受け取り、犬山城へ訪れ

		たユーザー
2	記事閲覧数	記事で紹介しているエリアを訪れる前に、乗換ターゲット ィングバナー/オープニングパネル/プッシュ通知から 記事を閲覧し、訪れたユーザーの数。 例：犬山城下町でプッシュ通知を受け取り、あつた nagAya へ訪れたユーザー
3	広告非接触数	記事で紹介しているエリアへ乗換ターゲットィングバナ ー/オープニングパネル/プッシュ通知を受け取らず、訪 れたユーザーの数。 例：プッシュ通知/オープニングパネルを受け取らず、 犬山城下町を訪れたユーザー

※来訪検知を実施する場所は、記事を配信する名古屋駅/栄駅/中部国際空港、犬山城/
犬山城下町、アンケート単体を配信する博物館明治村/日本モンキーパーク/熱田神宮
/あつた nagAya、の以上3エリアとなる。

4.3.2.1 訪日外国人観光客に対する実証で配信した広告の配信数/記事閲覧数

【分析内容】

想定した配信数および閲覧率は、ナビタイムジャパン社がプッシュ通知やオープニングパネルに設定したジオフェンスの位置情報と、過去の実績データを基に算出した予測値である。本実証では、これらの予測値と実際の結果を踏まえ、本ソリューションにおける配信数および閲覧率の結果を配信方法毎に比較する。

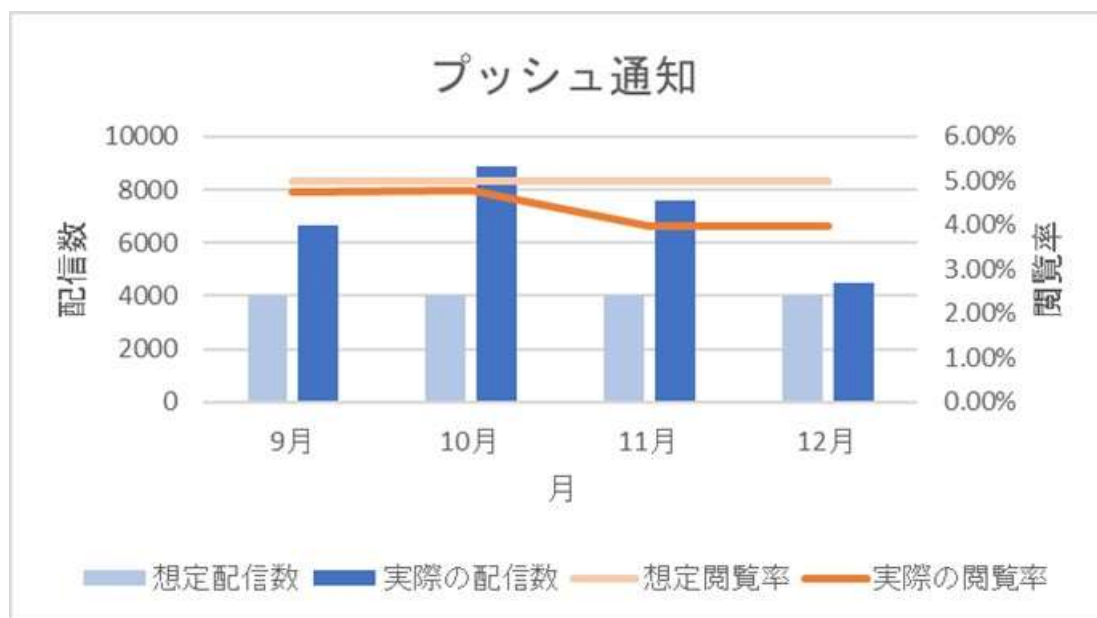
【分析目的】

広告配信数および閲覧数の全量を集計することにより、どの程度の対象者に広告が到達したか、また広告に対する興味・関心の度合いを把握することを目的とする。これにより、愛知県内において本事業で活用した広告配信ソリューションのポテンシャルを可視化する。

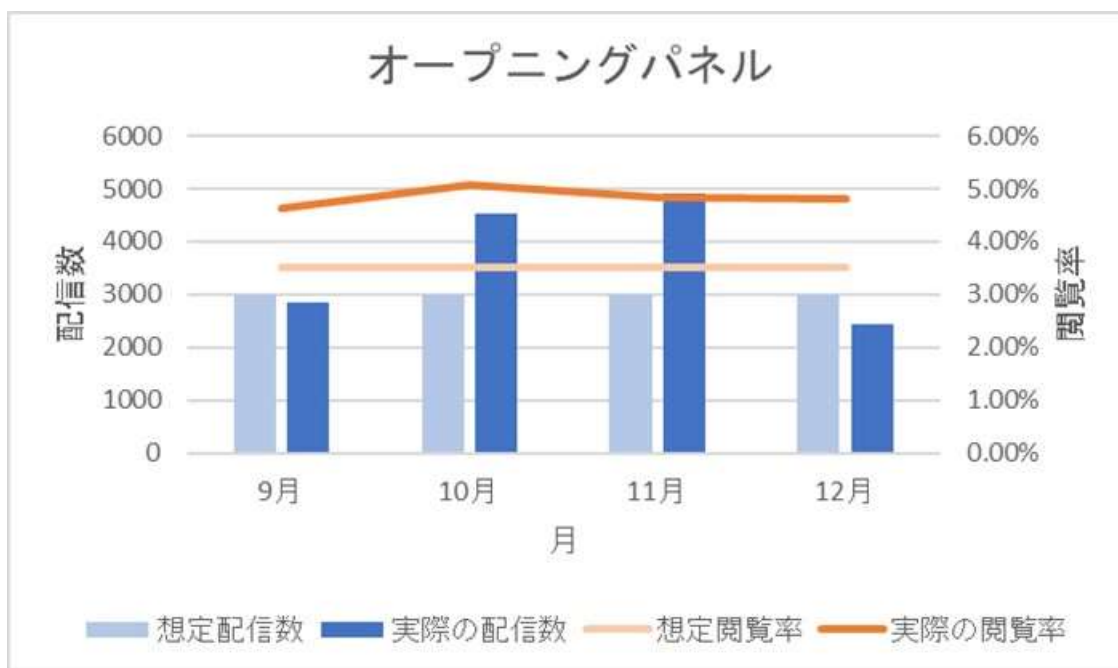
【分析結果】

各配信コンテンツにおける想定配信数と実際の配信数、想定閲覧率と実際の閲覧率を下図に示す。

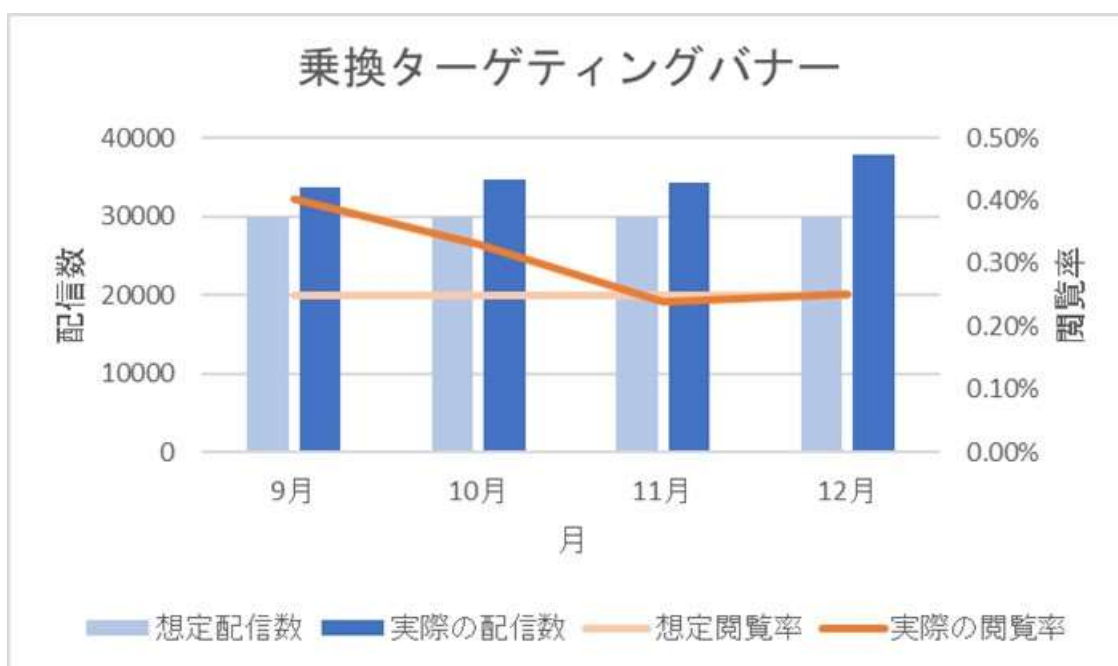
[図 6]：プッシュ通知の想定/実際の配信数、閲覧率



[図 7]：オープニングパネルの想定/実際の配信数、閲覧率



[図 8]：乗換ターゲティングバナーの想定/実際の配信数、閲覧率



配信数は想定を上回る結果となった。この要因として、昨年度と比較して愛知県を訪れる訪日外国人観光客数が増加していたことが挙げられる。

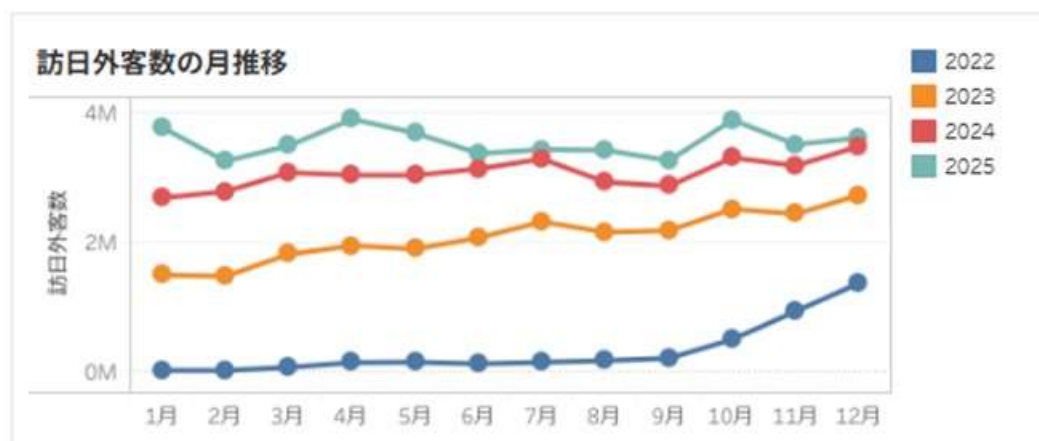
換ターゲティングバナーやオープニングパネルは、移動・計画段階やアプリ起動直後といった情報ニーズが高く視認性の高いタイミングで表示されるため、閲覧率が向

上した。一方、プッシュ通知はある特定の場所に着いた際に通知されるため、すでに行動予定が固まっているケースが多く、閲覧率が伸びなかった。また、プッシュ通知のように文字情報のみを提示する手法と比較して、オープニングパネルや乗換ターゲティングバナーのように画像やイラストを含む視覚的に分かりやすい表現の方が、利用者の興味・関心を喚起するうえで有効であると考えられる。

11～12月におけるプッシュ通知およびオープニングパネルの配信数低下については、本施策そのものの内容に起因するものではなく、外部要因の影響が大きいと考えられる。「Japan Travel by NAVITIME」の統計データによれば、11月以降、中国からの訪日客数が全国的に減少していることが確認されている。一方で、韓国、台湾、米国等の他国については前年からの増加傾向を維持しており、中国のみが減少に転じている状況にあることから、中国発の渡航自粛の影響が配信数低下の主因であると推察される。

※参考情報（「Japan Travel NAVITIME」インバウンドプロファイラーより）

〔図9〕：全国籍ユーザーにおける訪日外国人観光客数の月次推移



[図 10]：中国ユーザーにおける訪日外国人観光客数の月次推移



4.3.2.2 訪日外国人観光客に対する実証の広告配信効果①

【分析内容】

本ソリューションの各配信方法における配信言語や配信タイミングの傾向を示す。

[1] 言語：プッシュ通知/オープニングパネル/乗換ターゲティングバナーの配信数や閲覧数を言語毎に比較

[2] 曜日：平日と休日、および曜日毎に比較

【分析目的】

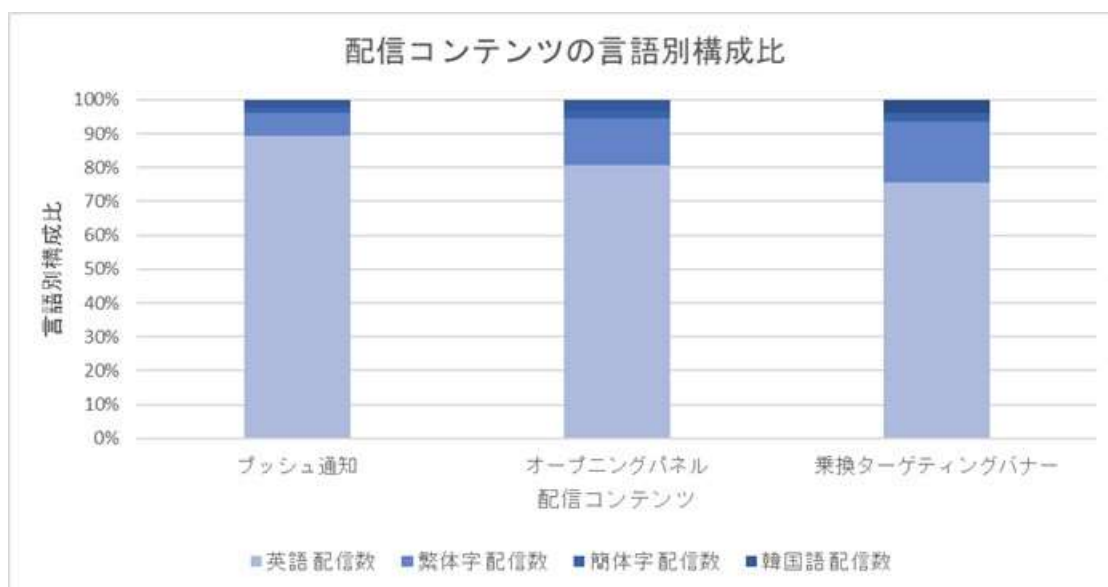
配信言語および配信タイミングにおける傾向を把握し、今後同様の施策を実施する際の配信設計に活用可能な参考情報を得ることを目的とする。

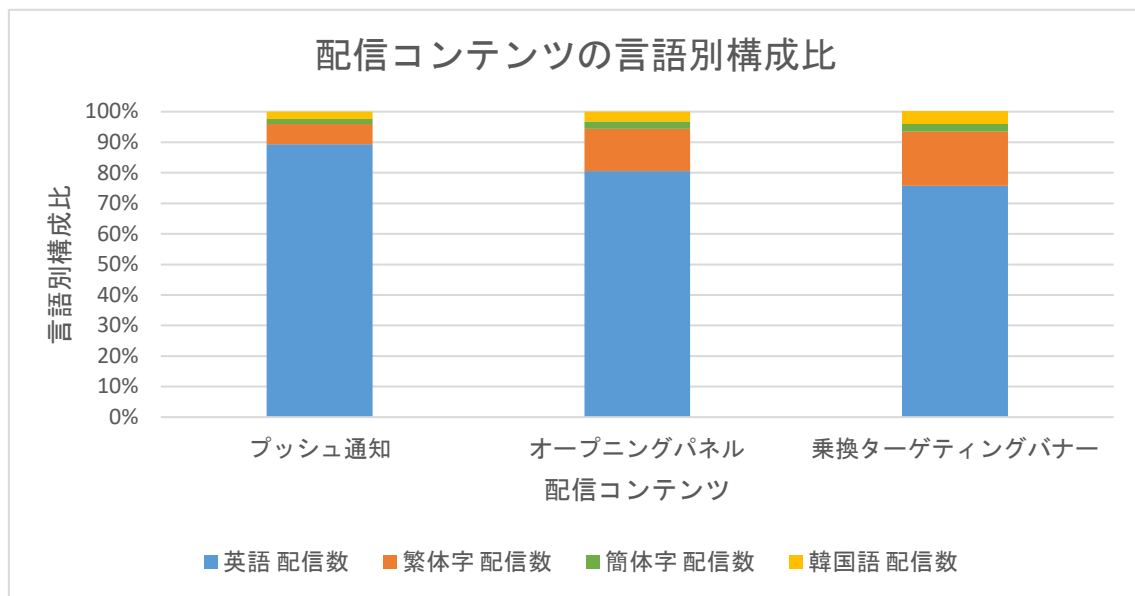
【分析結果】

[1] 言語

プッシュ通知/オープニングパネル/乗換ターゲティングバナーでの合計配信数において言語毎の配信割合を下図に示す。

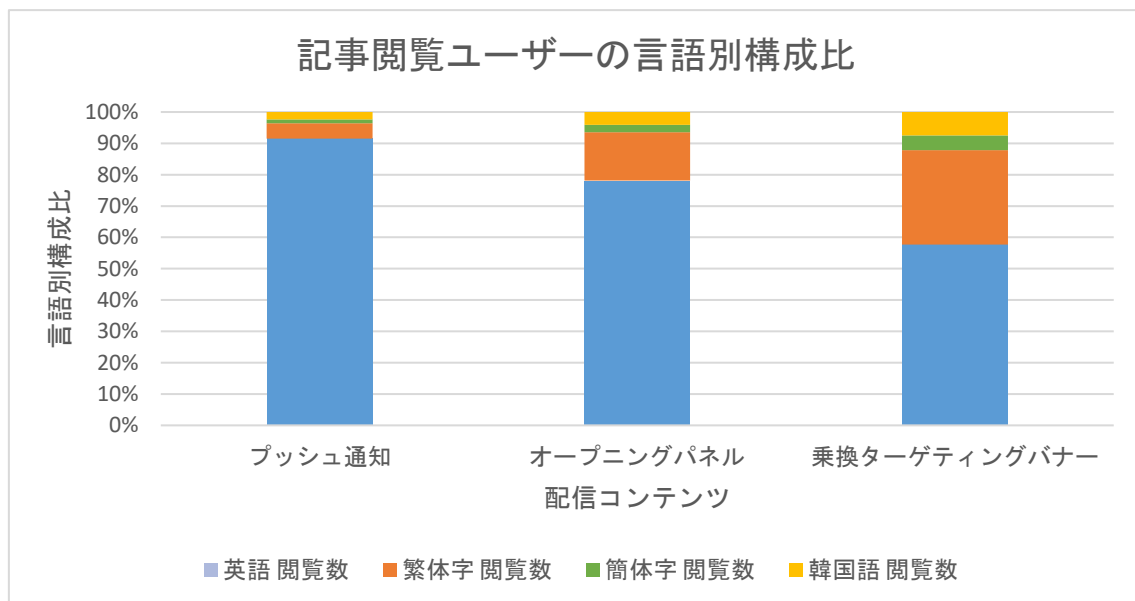
〔図 11〕：配信数の言語別構成比





プッシュ通知/オープニングパネル/乗換ターゲティングバナーの閲覧数を言語毎で下図に示す。

[図 12]：閲覧数の言語別構成比



配信数においては英語が最も多い一方で、実際の閲覧数では他言語の占める割合が相対的に高いことが明らかとなった。特に中華圏および韓国語ユーザーにおいて閲覧数の割合が増加しており、配信された記事コンテンツを比較的丁寧に閲覧する傾向が

確認される。この結果から、英語以外の言語向けコンテンツや配信枠を拡充することで、インバウンド施策としての効果を一層高められると考えられる。

乗換ターゲティングバナーにおいては、繁体字の閲覧数が多い傾向が確認され、配信コンテンツの種類によって反応の高い言語が異なることが明らかになった。このことから、一律的な言語戦略ではなく、コンテンツの種類やテーマに応じて最適な言語を選択し、配信を展開することの重要である。

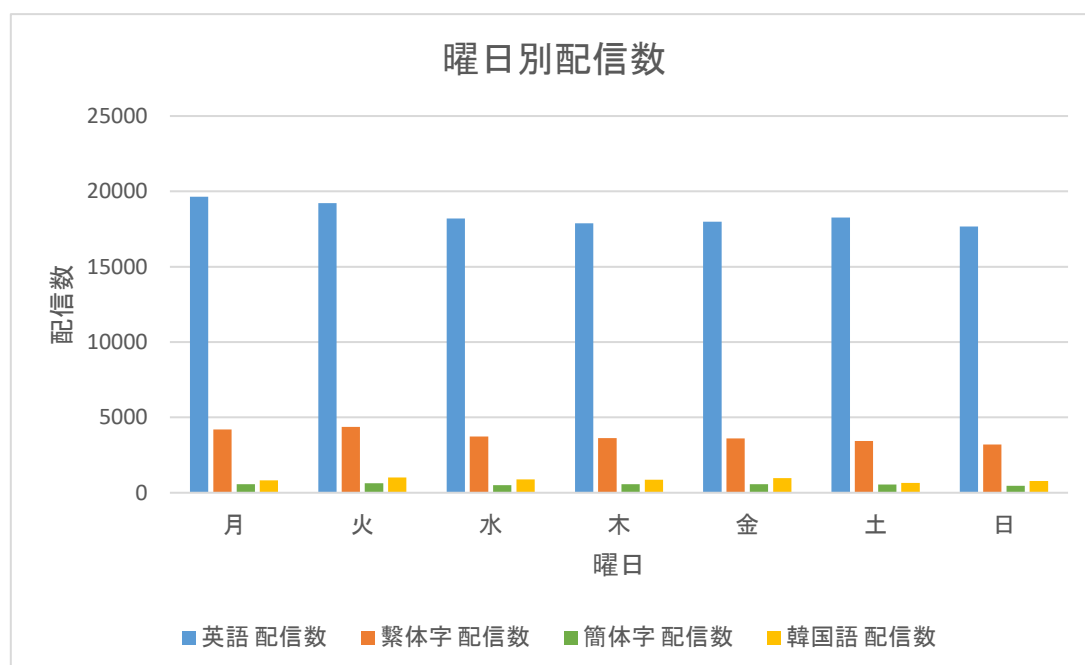
配信結果上では英語圏の訪日外国人観光客が多いように見受けられるが、日本政府観光局（JNTO）の統計によれば、実際の訪日客数は韓国・中国・台湾など東アジア圏が中心となっている。この差異は、「Japan Travel by NAVITIME」アプリにおいて欧米豪ユーザーの比率が高いという利用者構成上の特性に加え、中華圏や韓国のユーザーがアプリの言語設定を英語としている可能性もある。

以上より、英語での配信割合は高いものの、記事閲覧においては他言語ユーザーの存在感も大きい状況にあるといえる。今後は、アプリ利用者の属性・特性を踏まえつつ、コンテンツ種別ごとに最適な言語を選択する運用へとシフトすることで、より高い効果が期待できると考えられる。

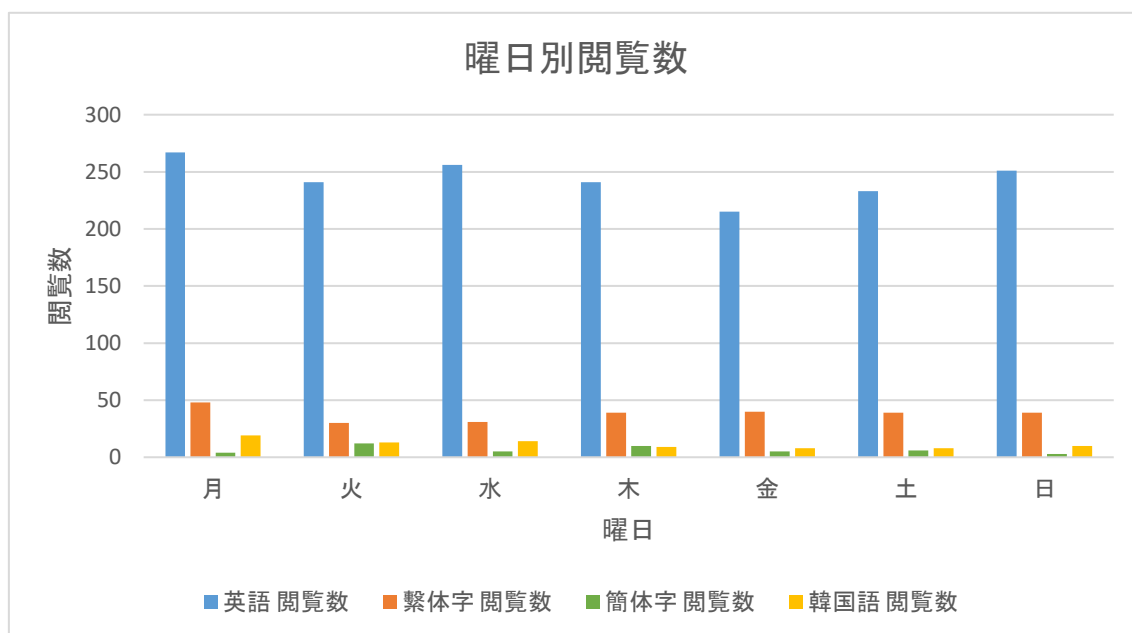
[2]曜日

曜日ごとの配信数や閲覧数を下図に示す。

[図 13]：曜日別の配信数



[図 14]：曜日別の閲覧数



平日と休日、また曜日毎の配信数および閲覧数に顕著な差異は確認されなかった。この結果から、土日を中心とした短期の週末旅行よりも、比較的長期の滞在を目的として日本を訪れ、特定の曜日を意識することなく周遊している訪日外国人観光客が多い可能性が考えられる。

以上の結果から、曜日や日本の祝日に合わせて配信タイミングを調整する施策は、大きな効果を生みにくいと判断される。今後は、曜日といった時間軸ではなく、訪日外国人観光客の滞在フェーズ（訪日前・訪日直後・滞在中・帰国前など）や旅行目的（観光、ビジネス、イベント参加等）に応じた情報提供を重視することが、配信効果を高めるうえで有効なアプローチであると考えられる。

4.3.2.3 訪日外国人観光客に対する実証の広告配信効果②

【分析内容】

バナーデザインの通常バージョンと紅葉バージョンについて、配信数および閲覧率を比較する。通常バージョンは3か月間（2025年9月・10月・12月）を対象とし、その合計値から月平均値を算出する。一方、紅葉バージョンは1か月間（2025年11月）を対象とし、その合計を集計する。

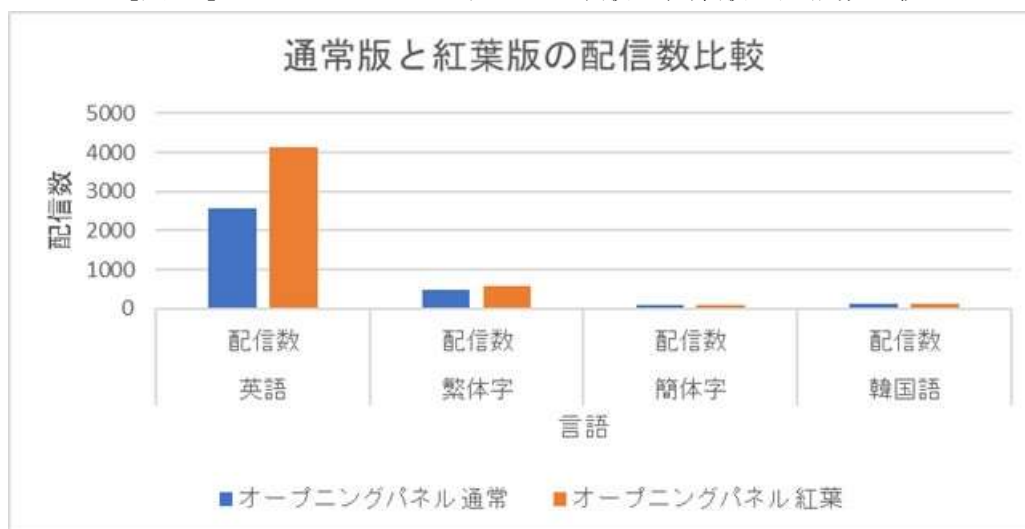
【分析目的】

紅葉シーズンの季節要因および紅葉をモチーフとしたバナーデザインが、閲覧数増加に寄与したかを検証する。

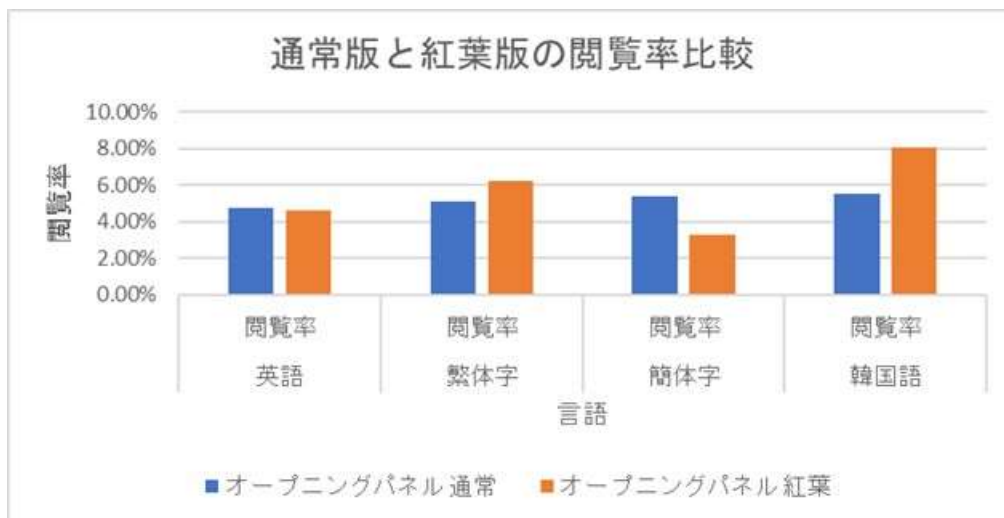
【分析結果】

オープニングパネルおよび乗換ターゲティングバナーにおける通常バージョンと紅葉バージョンの配信数および閲覧率について、言語別の結果を下図に示す。

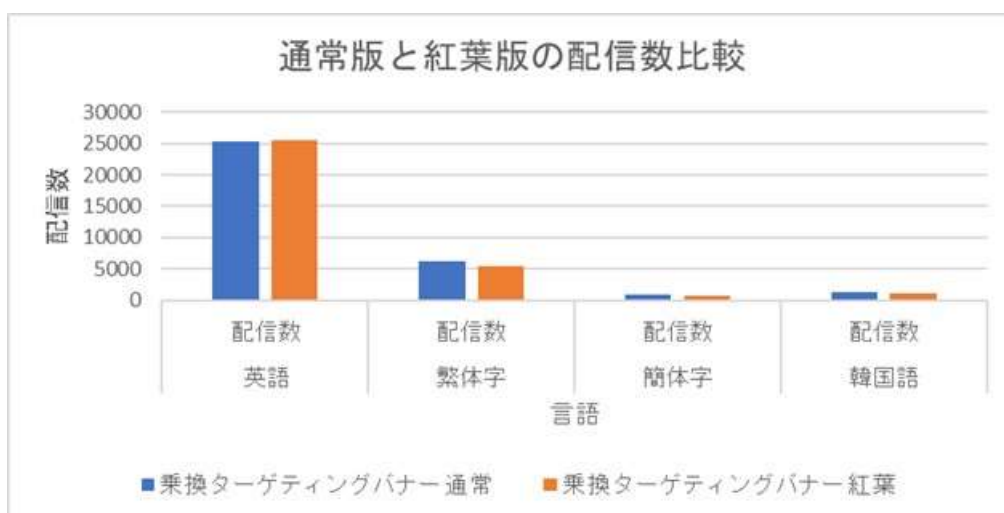
[図 15]：オープニングパネルの通常版と紅葉版の配信数比較



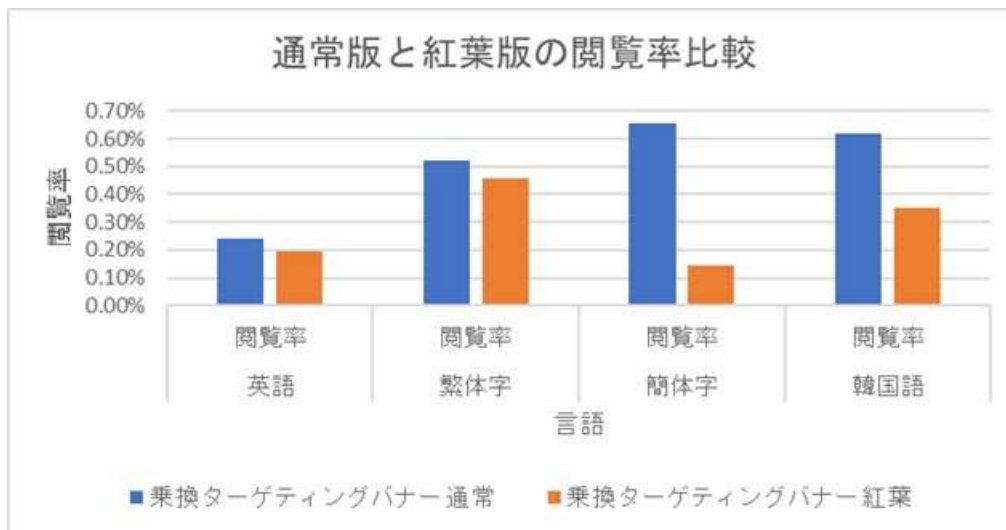
[図 16] : オープニングパネルの通常版と紅葉版の閲覧率比較



[図 17] : 乗換ターゲティングバナーの通常版と紅葉版の配信数比較



[図 18]：乗換ターゲティングバナーの通常版と紅葉版の閲覧率比較



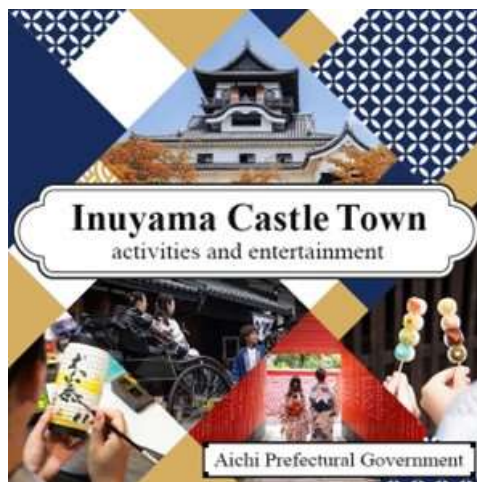
オープニングパネルの配信数から、紅葉シーズンに愛知県を訪れる訪日外国人観光客が多いことが確認された。この結果から、季節性の高い観光コンテンツが、訪日外国人観光客にとって愛知県来訪の主な動機の一つとなっている可能性が高いと考えられる。

オープニングパネルは、他の配信コンテンツと比較して高い閲覧率を示した。これは、乗換ターゲティングバナーに比べてクリエイティブサイズが大きく、紅葉という季節性の高いテーマを視覚的に分かりやすく表現できていたことから、ユーザーの視認性・注目度が高まったことが主な要因と考えられる。特に、アプリ起動時というユーザーの関心が高いタイミングで、季節感のある紅葉デザインのバナーが表示されたことにより、閲覧行動を促進した可能性が高い。一方で、乗換ターゲティングバナーはクリエイティブサイズが小さいため、オープニングパネルほどの視覚的インパクトを与えにくく、同等の閲覧効果を得ることは難しかったと考えられる。

簡体字において11月の指標が低下した点については、本施策の内容やクリエイティブ表現の影響によるものではなく、中国人観光客による渡航自粛などの外部要因が主な要因であると考えられる。

【補足】 バナーデザイン

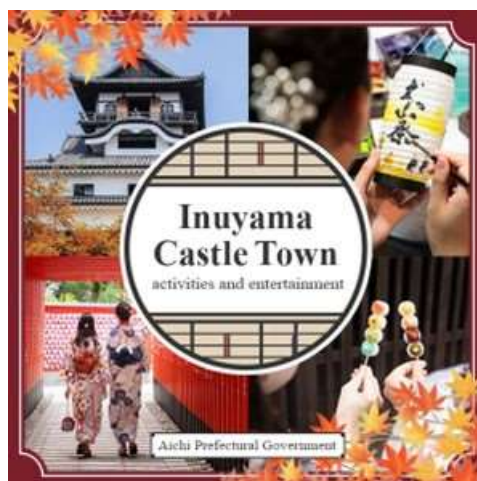
[図 19] : オープニングパネルの通常バージョンデザイン



[図 20] : 乗換ターゲティングバナーの通常バージョンデザイン



[図 21] : オープニングパネルの紅葉バージョンデザイン



[図 22]：乗換ターゲティングバナーの紅葉バージョンデザイン



4.3.2.4 実証によって確認された訪日外国人観光客の行動変容①

【分析内容】

記事①による行動変容を示す。

- [1] 記事①を閲覧した訪日外国人観光客のうち、記事内で紹介された犬山城および犬山城下町へ移動した人数およびその割合を算出する。
- [2] プッシュ通知、オープニングパネル、乗換ターゲティングバナーの各配信手法ごとに来訪率を比較する。

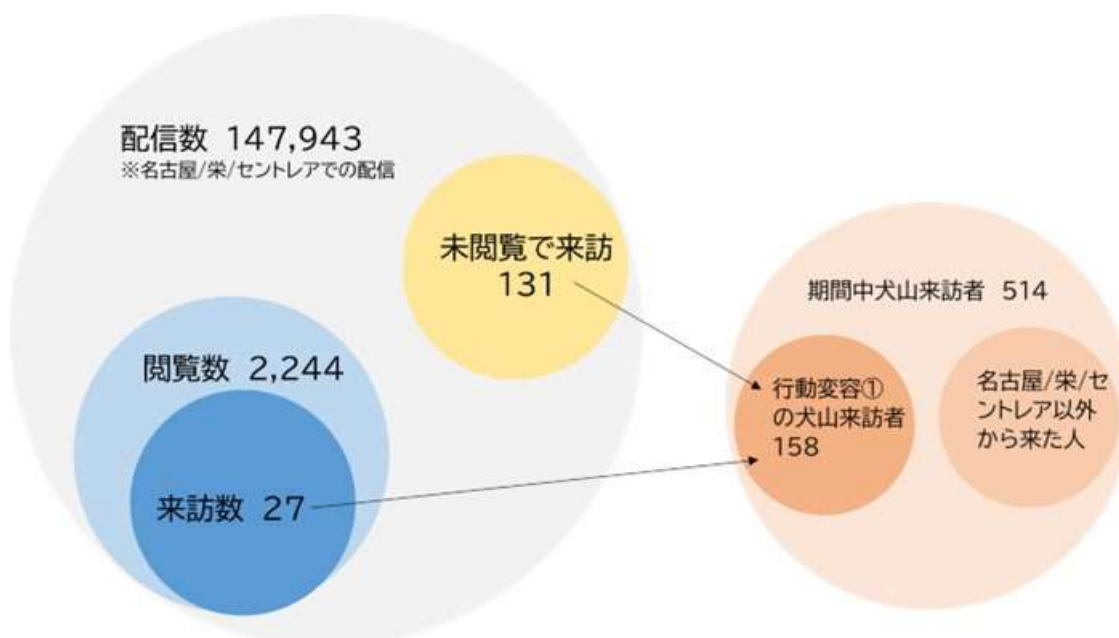
【分析目的】

配信記事が訪日外国人観光客の行動変容に与える影響を把握することを目的とする。

【分析結果】

[1] 記事①を閲覧した訪日外国人観光客のうち、記事内で紹介された犬山城および犬山城下町へ移動した人数およびその割合を下図に示す。

〔図 23〕：記事①の配信から来訪に至るユーザー行動の全体像



本施策における配信数に対する閲覧率は約 1.51%であった。記事を閲覧したユーザーのうち来訪に至った割合は約 1.2%となっており、来訪計測結果としては類似の広告

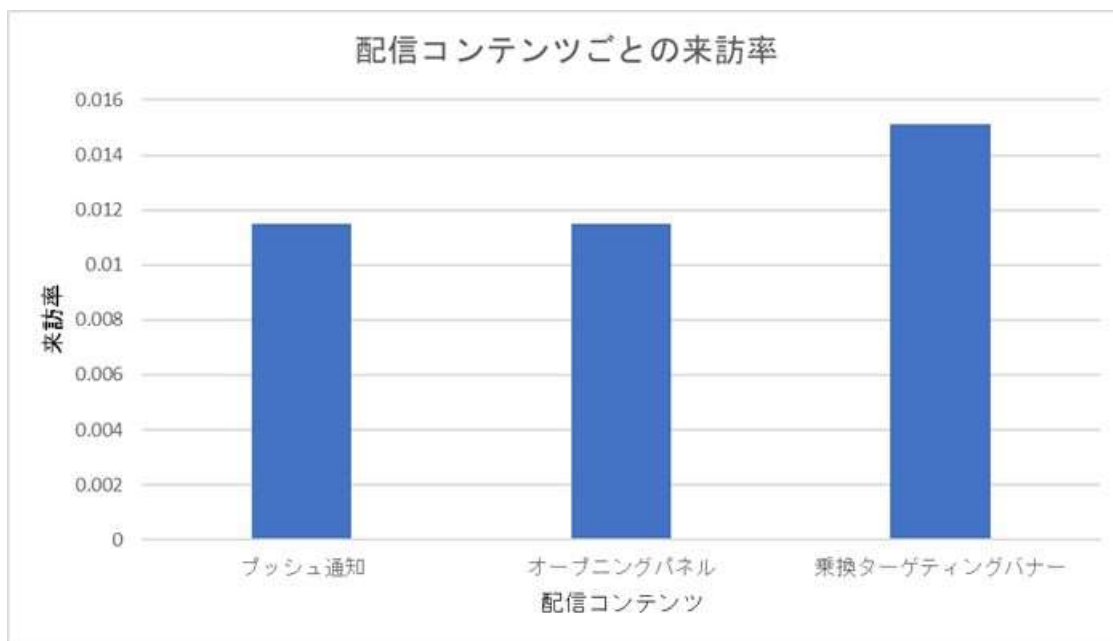
配信サービスと同等水準といえる。一方で、閲覧率は類似サービスと比較して低く、「記事を読んだユーザーは行動に移しているものの、そもそも記事が十分に閲覧されていない」状況にある。このことから、今後は記事を開きたくなるようなデザインや、ユーザーの興味・関心を喚起するキャッチコピーおよび文章表現の工夫がポイントとなる。また、一定数のユーザーには認知されたと考えられることから、今回の広告接触が次回以降の来訪行動につながる可能性もある。単発の施策で完結させるのではなく、継続的に配信を行いながら効果検証を重ねることで、閲覧や来訪の傾向をより明確化できると期待される。

記事を読んでいるにもかかわらず来訪したユーザーも一定数確認された。この層については、もともと犬山への来訪予定を有していた可能性が考えられる一方で、配信バナーの接触によって興味を喚起され、来訪行動に至ったケースも含まれていると推察される。これらの結果から、犬山自体の認知度はすでに一定水準に達しており、加えて潜在的な関心層も相当数存在していることが考えられる。

今回の施策における犬山への来訪者数は、期間合計で 158 人となり、数値としてはやや少ない印象を与える。しかし、本施策の広告配信対象が「NAVITIME App 利用者」「位置情報 ON ユーザー」「名古屋駅・栄・セントレア利用者」に限定されていることを踏まえると、母数自体が絞り込まれており、来訪者数のみを基準として施策効果を評価することは適切ではなく、限定的なターゲットに対してどの程度来訪行動を促したかという観点から分析することが求められる。

[2] プッシュ通知/オープニングパネル/乗換ターゲットイングバナーごとの来訪率を下図に示す。

[図 24]：配信コンテンツ毎の来訪率



乗換ターゲットイングバナーは約 1.5%と最も高い来訪率を示した一方、プッシュ通知およびオープニングパネルは約 1.2%とほぼ同水準となり、全体として来訪率に大きな差は見られなかった。乗換ターゲットイングバナーの来訪率が相対的に高い要因としては、旅行前や移動中など、ユーザーの意思決定フェーズに近いタイミングで接触できている点が挙げられる。「今どこに行くか」「次にどこへ移動するか」を検討している状況で表示されるため、提供情報が行動に直結しやすいと考えられる。また、バナー形式による視覚的な訴求が可能であり、内容を直感的に理解しやすい点も、来訪率の高さに寄与していると推察される。

4.3.2.5 実証によって確認された訪日外国人観光客の行動変容②

【分析内容】

記事②で紹介された観光地への来訪状況について、以下の2点から分析を行う。

[1] 犬山城および犬山城下町から、記事②で紹介された博物館明治村、日本モンキーパーク、熱田神宮、あつた nagAya へ移動した人数およびその割合を算出する。

[2] これら4エリアのうち、どの観光地への来訪者が多かったのかを比較する。

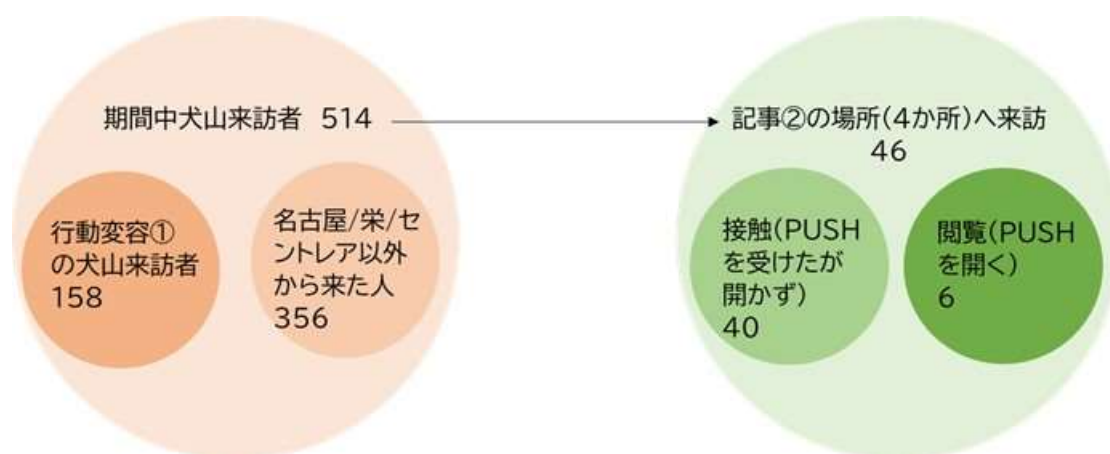
【分析目的】

特定の観光地に来訪が過度に集中していないかを確認することで、観光客のエリア内回遊の促進に向けた効果的な誘導施策を検討するための参考情報を得ることを目的とする。

【分析結果】

[1] 記事②を閲覧した訪日外国人観光客のうち、記事②で紹介された博物館明治村、日本モンキーパーク、熱田神宮、あつた nagAya へ実際に移動した人数およびその割合を下図に示す。

〔図 25〕：記事②の配信から来訪に至るユーザー行動の全体像

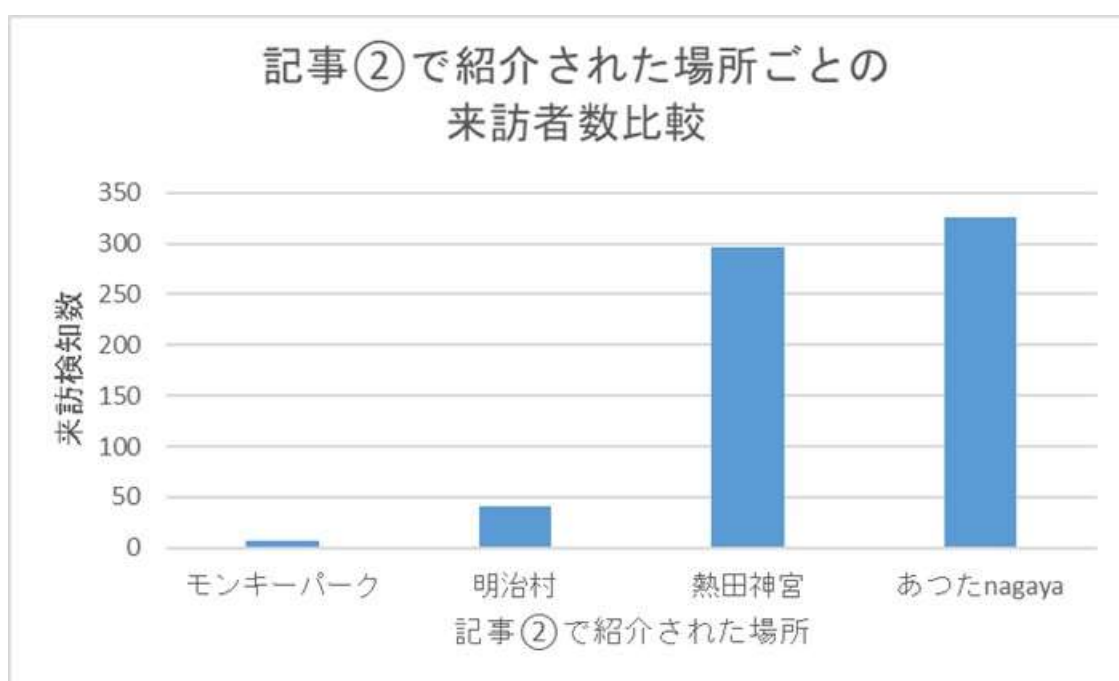


犬山城および犬山城下町来訪後の回遊率は約 1.17%であり、行動変容①における来訪率（約 1.2%）と大きな差は見られず、来訪率としては平均的な水準にあるといえる。一方で、回遊したユーザーの多くはプッシュ通知を開封していないことが確認された。この要因として、もともと記事②に記載された観光地への来訪を予定していた

ケースや、既に定番化している観光ルートに沿って行動した可能性が考えられる。また、本施策のプッシュ通知以外にも、地図検索、SNS、口コミなど複数の情報接点を通じて情報を取得し、その結果として回遊に至ったユーザーも一定数存在すると推察される。これらの点を踏まえると、プッシュ通知によるテキスト中心の訴求だけでは、十分な開封を促すことが難しい状況にあると考えられる。今後は、視覚的要素の強化などにより、閲覧率の向上につながる施策を検討する必要がある。

[2]記事②で紹介された観光地のうち、どの地点への来訪者数が多かったかについて、その分布を下図に示す。

[図 26]：記事②で紹介された場所ごとの来訪者数比較



※来訪検知数は、ジオフェンスにより検知した各場所への総来訪者数を示す。

最も訪日外国人観光客数が多かったのは、あつた nagAya であり、次いで熱田神宮となっており、来訪が熱田エリアに集中している傾向がみられる。その要因として、熱田エリアは名古屋市内に位置し、公共交通機関によるアクセス性が高く、既存の観光ルートに組み込みやすい点が挙げられる。一方で、博物館明治村および日本モンキーパークは郊外に立地しており、移動に一定の時間と手間を要することから、他の地点と比較して来訪のハードルが高かった可能性がある。

熱田神宮は国内外での認知度が高く、「名古屋に来たら立ち寄る場所」として既に定番化している点が、訪日外国人観光客数の多さに寄与していると考えられる。また、

あつた nagAya は駅から近く、飲食や買い物など短時間で立ち寄りやすい特性を備えており、熱田神宮への来訪とあわせて訪れたケースが多かったと推察される。今後、日本モンキーパークや博物館明治村の認知度を高めるとともに、分かりやすく利用しやすいアクセスルートを確立できれば、これら施設への訪日外国人観光客数のさらなる増加が期待される。

4.3.2.6 アンケート結果

【アンケート項目】

ヒアリング目的	ヒアリング項目	複数回答可否	回答
来訪地	記事内のどこに行ったのか		犬山城/犬山城下町/博物館明治村/日本モンキーパーク/熱田神宮/あつたnagAya
来訪目的	記事の場所に来た目的は何か	○	日本食や名古屋のグルメを食べるため/自然を堪能するため/歴史や文化に興味があるため/産業や技術に興味があるため/テーマパークで楽しむため/仕事をするため/目的地までの通過点であったため
計画性	記事の場所に行ったのはなぜか		記事の場所にもともと行く予定があった/記事を見て行きたいと思った
行動変容の有無	記事がどのように役に立ったのか	○	観光場所を知るのに役立った/旅の計画を立てるのに役立った/移動手段を知るのに役立った/その他/特になし
交通手段	移動手段は何か	○	鉄道/バス/タクシー/レンタカー
属性	同伴者の有無、メンバー構成		一人/家族/カップル/友人/同僚/その他
	性別		男性/女性/その他/回答しない
	年齢層		20歳未満/20代/30代/40代/50代/60歳以上

【アンケート結果】

ヒアリング項目	回答
記事内のどこに行ったのか	犬山城:3 博物館明治村:1 熱田神宮:2
記事の場所に来た目的は何か	自然を堪能するため:3 歴史や文化に興味があるため:6 産業や技術に興味があるため:1
記事の場所に行ったのはなぜか	記事を見て行きたいと思った:3 記事の場所にもともと行く予定があった:3
記事がどのように役に立ったのか	観光場所を知るのに役立った:3 旅の計画を立てるのに役立った:4 移動手段を知るのに役立った:2 特になし 1
移動手段は何か	鉄道:6 バス:1 レンタカー:1
同伴者の有無、メンバー構成	一人:5 家族:1
性別	男性:5 女性:1
年齢層	20代:1 30代:2 40代:1 50代:1 60歳以上:1

4.4 実証の総括

本実証では、訪日外国人観光客の増加が見込まれる将来の国際的大規模イベントを見据え、愛知県内におけるインバウンド人流データの把握・分析と、当該分析結果を踏まえた多言語広告配信による行動変容（誘導・回遊）効果の検証を実施した。具体的には、ナビタイムジャパン社「Japan Travel by NAVITIME」アプリの位置情報 ON ユーザー由来の人流データを用い、2024～2025 年 8～12 月を対象として、来訪者数推移、滞在ヒートマップ、滞在時間帯、国籍構成等の分析を行った。

これらの分析結果を踏まえ、回遊余地およびアクセス性等の観点から犬山市を実証エリアとして選定し、名古屋駅・栄駅・中部国際空港等のターミナルから犬山（犬山城・犬山城下町）への誘導および犬山滞在後の周辺・他エリア（博物館明治村、日本モンキーパーク、熱田神宮、あつた nagAya 等）への回遊促進を目的とした多言語プロモーションを実施した。具体的には、英語・韓国語・中国語（簡体字・繁体字）の記事・広告を作成し、プッシュ通知、オープニングパネル、乗換ターゲティングバナー等の複数メニューを通じて配信し、閲覧ログおよび来訪検知ログを用いてその効果検証を行った。

本実証の目的である「訪日外国人観光客の人流データ分析結果に基づき、多言語広告配信ソリューションによる行動変容（誘導・回遊）効果を検証し、回遊促進に繋がる示唆を得ること」を踏まえ、ナビタイムジャパン社のインバウンド人流データを用いて、県内における来訪増加傾向（ピーク月等）、滞在集中エリア、主要国籍といった基礎データを整理した上で、犬山市を実証エリアとして多言語広告（英・韓・中〔簡体字/繁体字〕）を配信した。そのうえで、記事閲覧ログおよび来訪検知ログを用いて分析を行い、中部国際空港や名古屋駅から犬山への誘導ならびに犬山来訪後の周辺エリアへの回遊に関する行動変容の発生を、一定水準で確認した。

あわせて、ユーザーの意思決定タイミングに近い配信面の有効性や、視覚的要素を重視したクリエイティブの効果、言語別の反応差など、今後の回遊促進施策の設計に資する具体的な示唆も得られた。

来訪・回遊の発生自体は確認されたものの、「記事を開く段階」にあたる閲覧率に改善余地があること、回遊先がアクセス性や観光地としての定番性が高いエリアに偏りやすいこと、さらに国籍動向などの外部要因が実績に影響を及ぼし得ることが明らかとなった。今後は、クリエイティブ（見出し、デザイン、情報の分かりやすさ）および配信設計（滞在フェーズや意思決定場面に応じた配信面・頻度・言語配分）の最適化に加え、郊外のスポットへの到達ハードルを下げる導線設計（移動手段・所要時間の明示、モデルコース化等）を行う必要がある。また、A/B テストや比較設計の導入により、施策起因の効果をより明確に検証可能な枠組みへと高度化していくことが求められる。

5. 事業総括

5.1 事業の総括

本事業は、今後予定されている国際的な大規模イベントを契機として、愛知県におけるビッグデータ利活用の方向性を整理するとともに、その実効性を検証することを目的として実施したものである。

調査では、国内先行事例の体系的調査、愛知県の地形、人口動態・社会構造、産業、まちづくり、交通、観光、防災といった傾向と特徴の調査を通じて、来訪者の利便性向上や新サービス創出に資する10分類の活用パターン／15のユースケースを設計・整理した。これらは特定業種に閉じない汎用的なフレームとしており、愛知県内の企業や団体が今後ビッグデータを用いて事業や施策を具体化する際の土台として機能しうる点に意義がある。

あわせて、本調査のユースケースは、「データに基づき議論するための共通言語」として活用可能であり、個別最適に陥りがちな取組を全体最適へ収斂させるための基盤と位置づけられる。国際イベントを、インバウンド対応の一過性強化にとどめず、恒常的な事業運営・政策立案へ組み込むレバレッジポイントと捉えることが、本事業の戦略的示唆である。

実証では、インバウンド人流データを用い、来訪者数推移、滞在ヒートマップ、時間帯別滞在、国籍構成等を分析したうえで、回遊余地とアクセス性の観点から犬山市を実証エリアに選定した。名古屋駅・栄駅・中部国際空港等のターミナルから犬山（犬山城・城下町）への誘導、および犬山来訪後の周辺・他エリア（博物館明治村、日本モンキーパーク、熱田神宮、あつた nagAya 等）への回遊促進を目的に、英語・韓国語・中国語（簡体字・繁体字）の多言語コンテンツを作成し、オープニングパネル、乗換ターゲットイングバナー、プッシュ通知等で配信、その閲覧ログと来訪検知ログを組み合わせることで行動変容効果を検証した。

その結果、インバウンドの通年ベースでの増加傾向や名古屋市・常滑市・犬山市等の滞在拠点化、台湾・韓国・中国による需要牽引といった基礎動向を定量的に把握するとともに、主要ターミナルから犬山への誘導、および犬山から熱田神宮等への回遊が一定水準で発生していることを確認した。あわせて、旅マエなど意思決定に近いタイミングでの配信面がより高い反応を得やすいこと、視覚要素を重視したクリエイティブが閲覧促進に寄与すること、言語・国籍別に有効な訴求軸が異なることなど、今後の回遊促進・分散化施策の設計に直結する具体的なナレッジも抽出された。

一方で、記事閲覧率に改善余地が大きいこと、回遊先がアクセス性や定番度の高いエリアに偏りやすいこと、国籍構成など外部要因が成果指標に影響しうることも明らかと

なった。

以上を踏まえ、本事業は「ビッグデータをどのように活用すべきか」という抽象的な問いを、愛知県の実情に即した具体的な活用パターンとして提示した点に意義がある。今後は、本報告で示したユースケースを起点として、インバウンド施策の継続的な高度化と、イベント期と平時を貫くデータドリブンな地域経営への転換を着実に進めていくことが、愛知県全体の競争力およびレジリエンス向上に向けた次のステップとなる。