

人流データ及び消費データによる中心市街地活性化に向けた データ分析・施策立案事業

2022年3月10日

くまもとデータ利活用検討会共同提案体

<構成員>

西日本電信電話株式会社【実施主体代表者】

株式会社肥後銀行

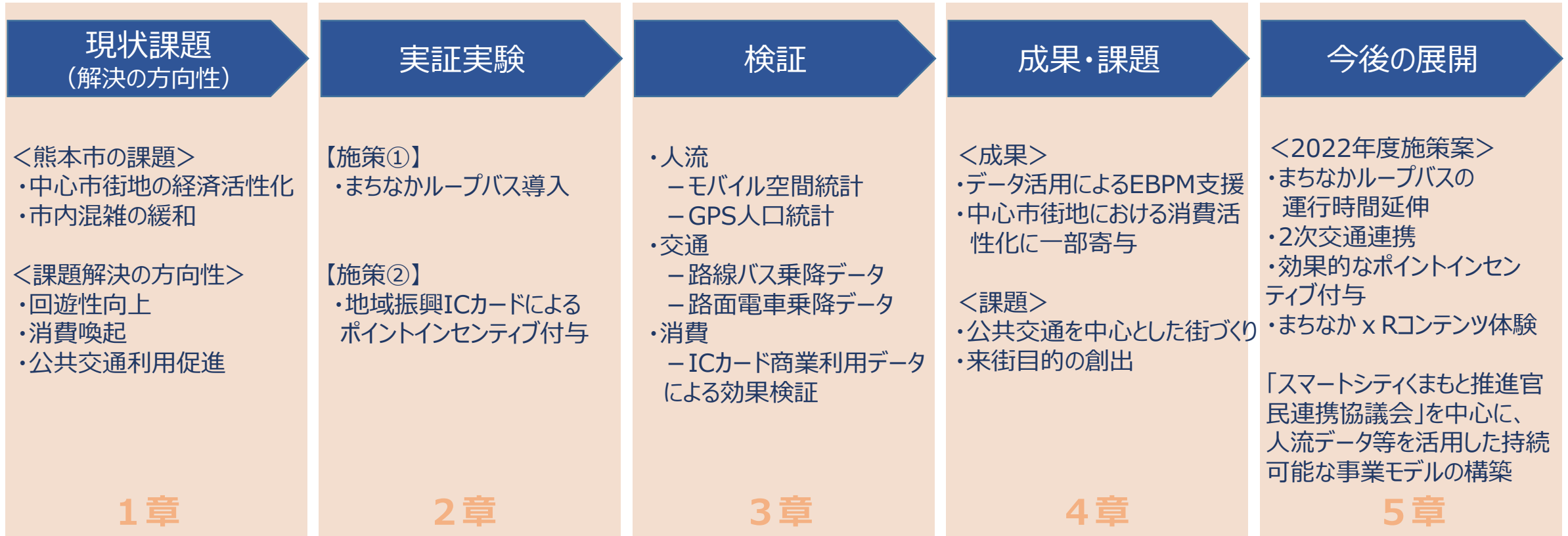
肥銀カード株式会社

バス5社共同経営推進室

(九州産交バス、産交バス、熊本電気鉄道、熊本バス、熊本都市バス)

- 1. 熊本市中心市街地における課題**
- 2. 実証実験の取組内容**
- 3. 分析結果**
- 4. 事業から得られた成果と課題**
- 5. 今後の展開**

<発表の流れ>



1. 熊本市中心市街地における課題

2. 実証実験の取組内容

3. 分析結果

4. 事業から得られた成果と課題

5. 今後の展開

熊本市中心市街地における課題

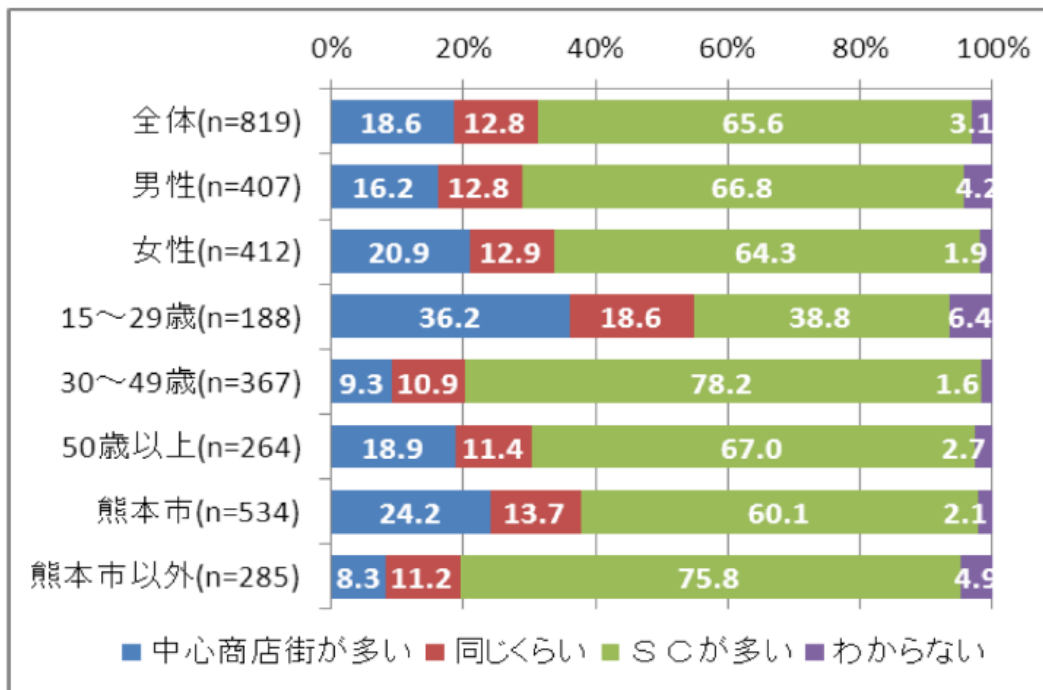
■ 熊本市中心市街地の課題

- ・中心市街地への誘客による消費拡大・経済活性化
- ・公共交通の利用促進による市内混雑緩和

熊本市街地エリアの現状

① 中心市街地来街者の減少

郊外大型ショッピングセンタ（SC）進出（イオンモール熊本、ゆめタウン光の森、ゆめタウンはません、コストコ等）により**中心市街地の利用が郊外SCを下回る**。

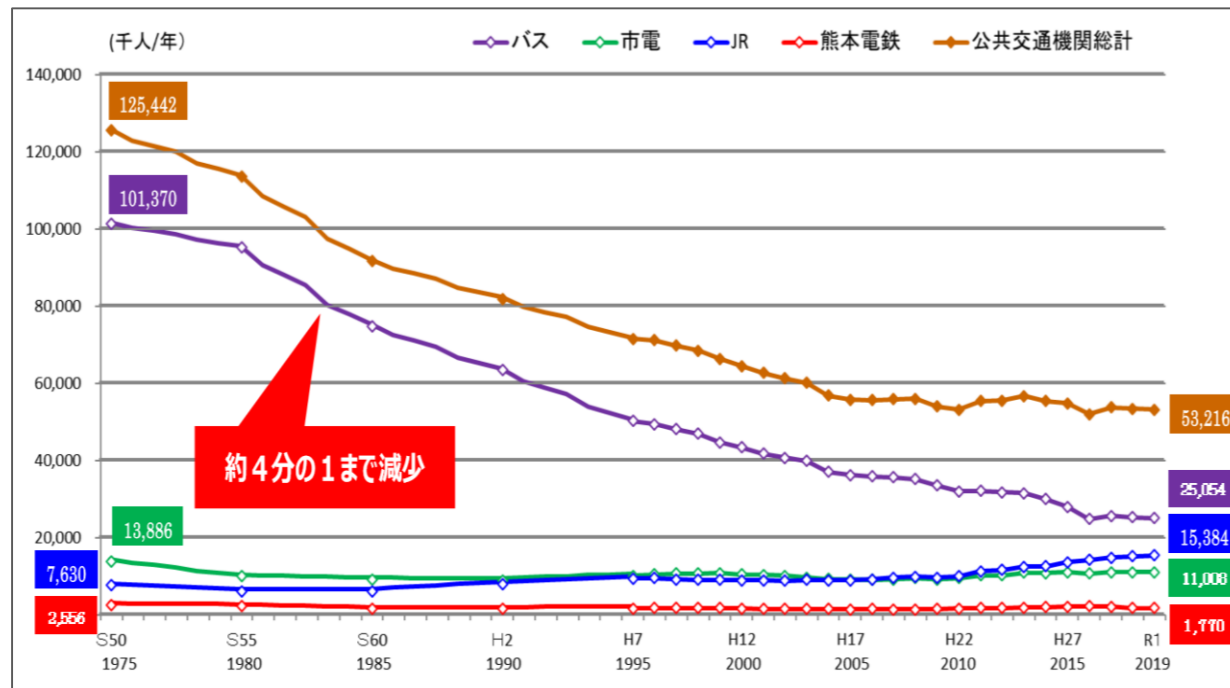


地方経済総合研究所「熊本市中心商店街の利用状況に関する調査（2013）」より

② 公共交通利用者の減少

熊本市の主要渋滞箇所数政令市**ワースト1位**。※（約180か所）
路線バス利用者がピーク時（1975年）の**約1/4**。

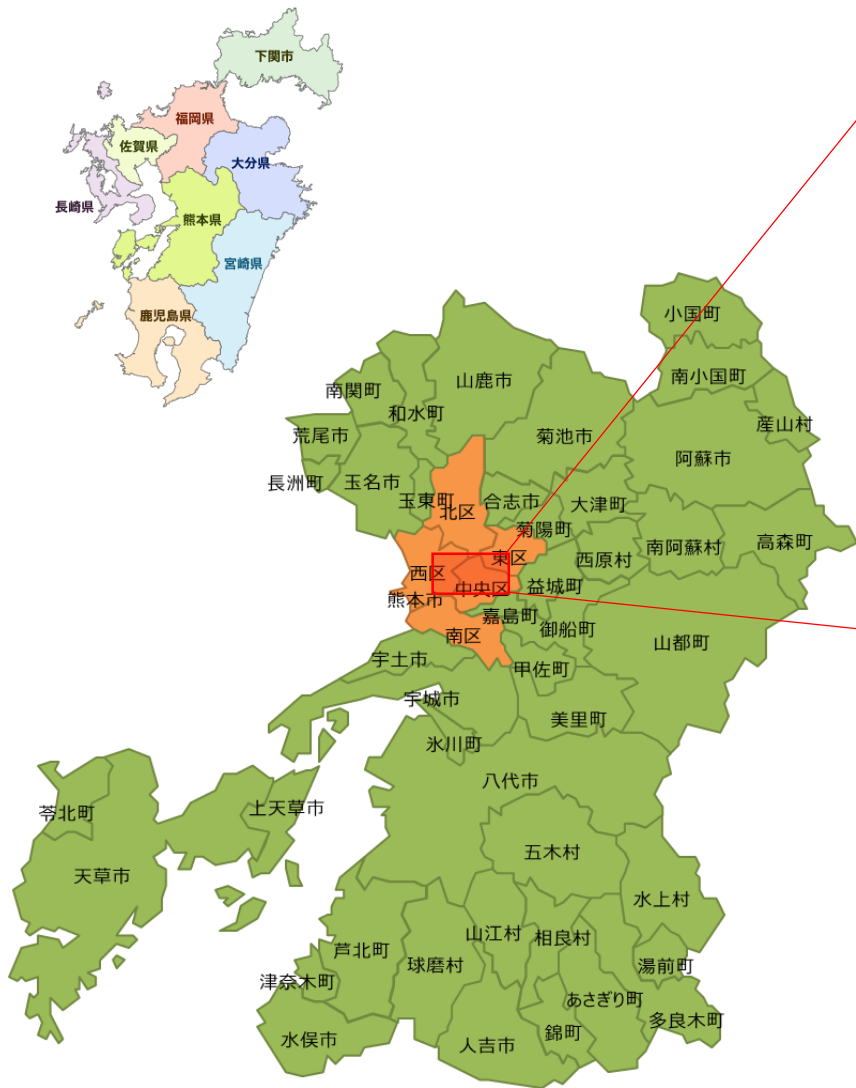
※3大都市圏に該当する政令指定都市（東京、大阪、名古屋）除く



「熊本地域公共交通計画（令和3年4月）」より

熊本市の中心市街地エリア

熊本市中心市街地（中央区・西区の一部）



熊本県（橙色：熊本市）



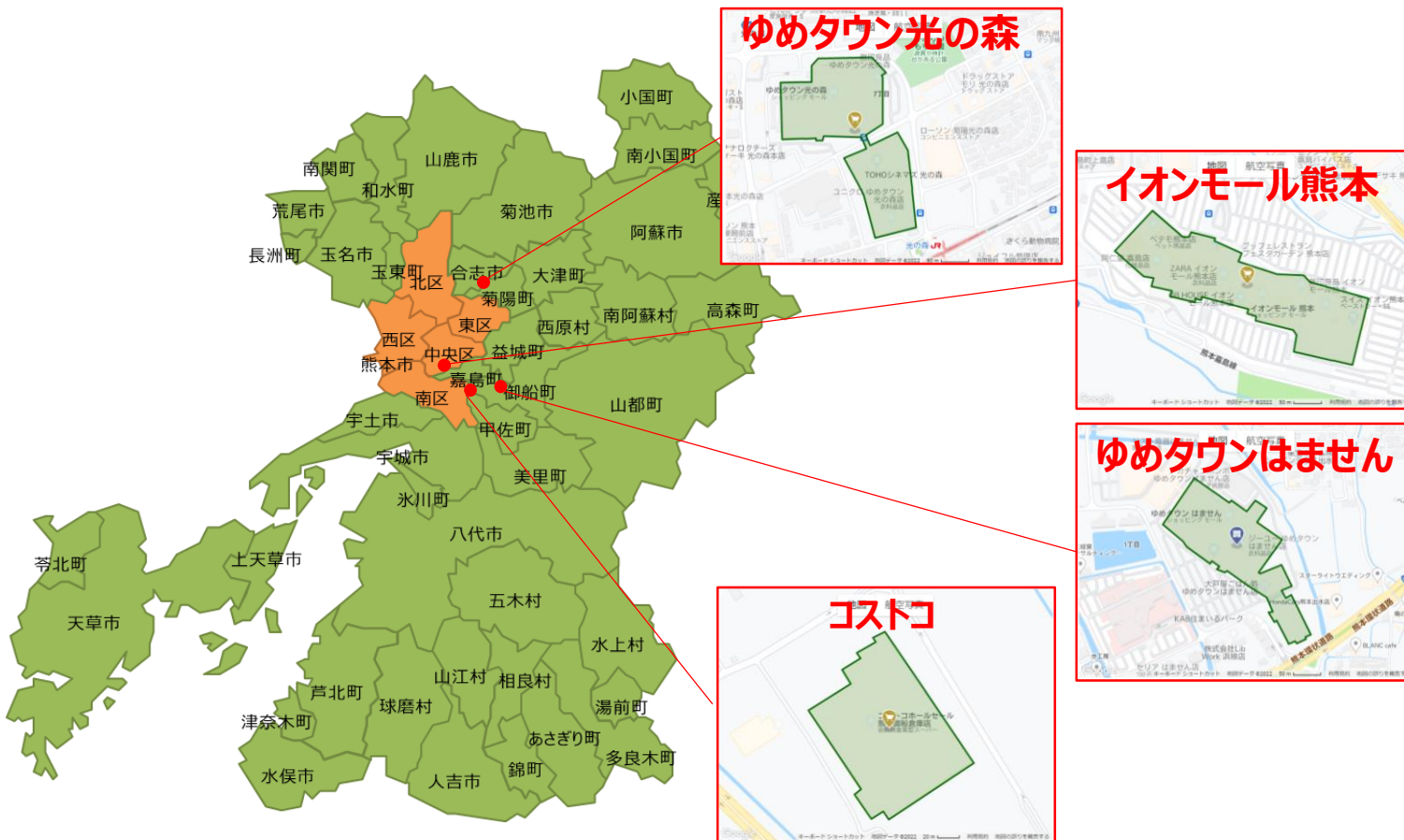
まちなかループバス運行ルート



(参考)地域課題の背景 (①中心市街地来街者の減少)

- ・熊本市及び近隣の市町村に郊外型大型商業施設立地
- ・中心市街地の主な商店街の空き店舗率は増加傾向

郊外大型ショッピングセンタの立地場所



中心市街地商店街の空き店舗率

No.	商店街名	平成23年度 (2011年度)	令和3年度 (2021年度)	対H23
		H23 空き店舗率	R3 空き店舗率	
1	上通一番街商店街振興組合	10.3%	0.0%	89.7%
2	上通1・2丁目商店街振興組合	15.2%	5.7%	106.1%
3	熊本市上通町三、四丁目商店街振興組合	9.8%	9.6%	102.0%
4	熊本市上通五丁目商店街振興組合	5.3%	18.4%	100.0%
5	熊本市下通新天街商店街振興組合	7.4%	30.8%	96.3%
6	熊本市下通二番街商店街振興組合	6.5%	10.0%	96.8%
7	熊本市下通三番街商店街振興組合	3.4%	10.7%	96.6%
8	熊本市下通四番街商店街振興組合	0.0%	4.2%	96.0%
9	駕町通り商店街振興組合	4.9%	0.0%	95.1%
10	シャワー通り商店会	12.1%	9.7%	93.9%
11	熊本市新市街商店街振興組合	12.1%	12.1%	100.0%
小計		8.1%	9.9%	97.8%
対H23年度(10年)				
熊本市マクロ(商店街)		11.0%	6.0%	86.3%
対H23年度(10年)				

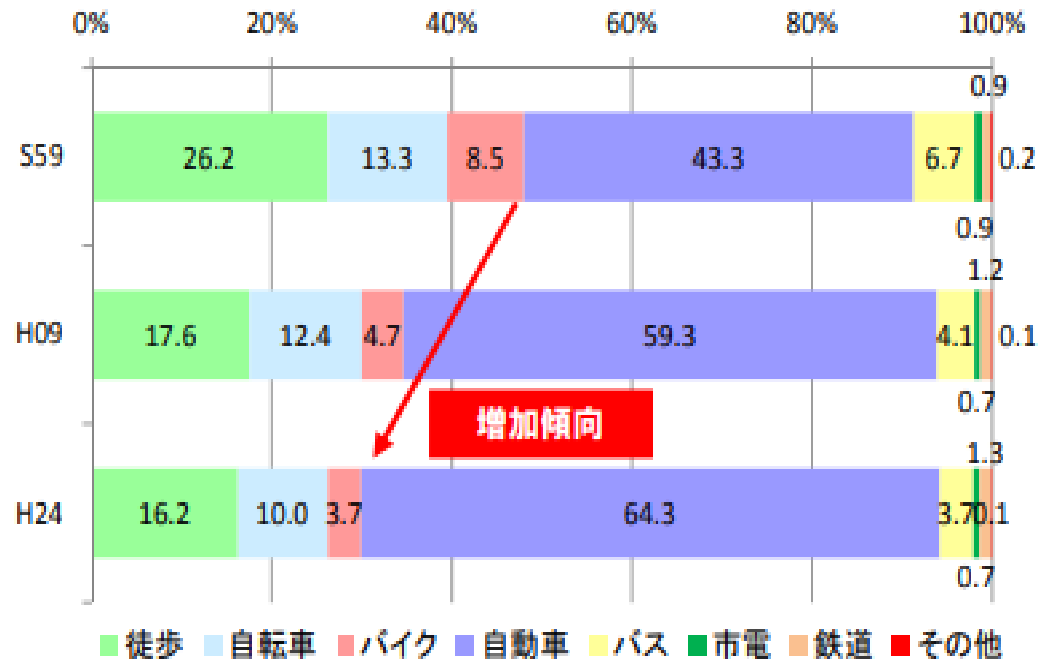
(参考) 熊本市

(参考) ゆめタウンはまぜん(2003年10月開業)、ゆめタウン光の森(2004年6月開業)、イオンモール熊本(2005年10月開業)、コストコ(2021年4月)

(参考) 地域課題の背景 (②公共交通利用者の減少)

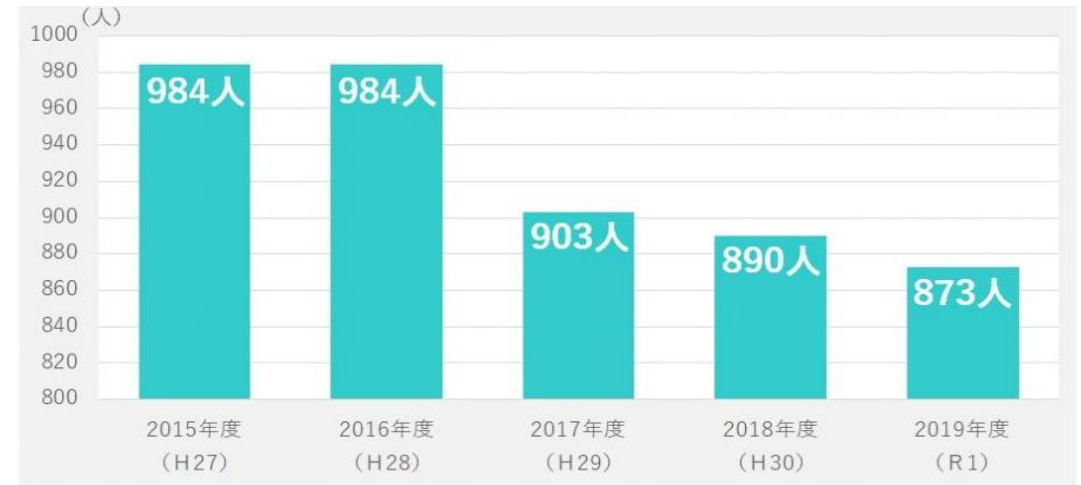
- ・自動車交通の利用割合の増加
- ・熊本地震以降、バスの乗務員不足が加速し、バス路線の大幅な減便や路線の廃止

代表交通手段別トリップ数の推移



※第4回熊本都市圏PT調査結果

バスの乗務員の推移



<備考>

要素別原価報告書を基に共同経営準備室作成。乗合事業と貸切事業を兼務した場合は、実績に応じて按分した数値。

※熊本 バス共同経営推進室より
<https://jmpo.kumamoto-toshibus.co.jp/opendata/>

1. 熊本市中心市街地における課題

2. 実証実験の取組内容

3. 分析結果

4. 事業から得られた成果と課題

5. 今後の展開


実証実験の取組内容

主に熊本駅を含む中心市街地一帯を実証実験エリアとする。
 まちなかループバス導入（実証①）による市街地エリアの回遊性促進、またICカードポイントインセンティブ付与（実証②）による公共交通利用促進と消費活性化による実証実験を実施

目的

取組施策


実証①	まちなかループバス実証	✓ループバス導入による中心市街地の 人流・消費における施策の効果 をデータ分析によって明らかにする。
実証②	ICカードポイントインセンティブ付与実証	✓ループバスの降車ポイント（熊本駅前、桜町バスターミナル、通町筋）ごとの 消費行動パターンを可視化 し施策の効果を明らかにする。



①熊本駅 ←
 ↓
 ②桜町バスターミナル
 ↓
 ③通町筋

土日祝運行
 15分間隔運転
 (150円一律運賃)

早く便利

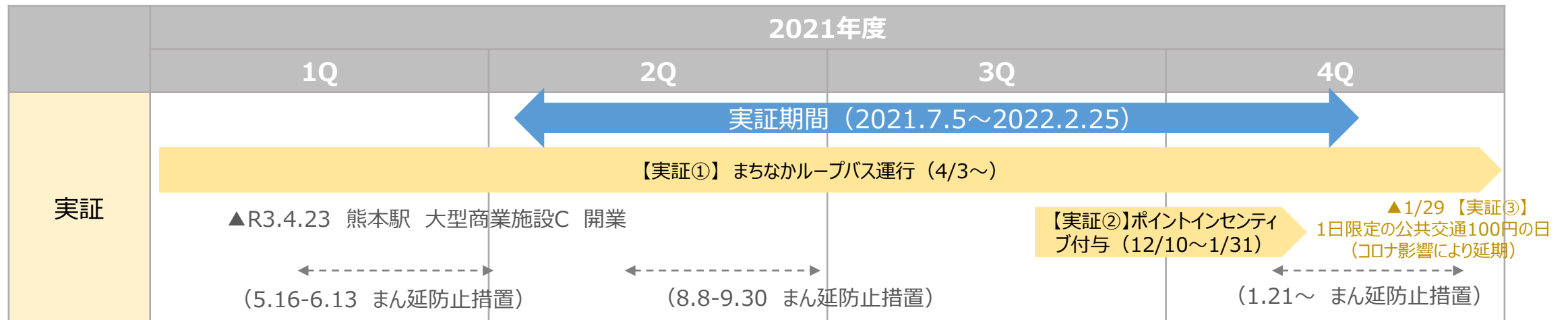


ICカードの交通利用及び商業加盟店での商業利用により貯まったポイントを電子マネーに交換可能

ポイント還元キャンペーンによる消費活性化

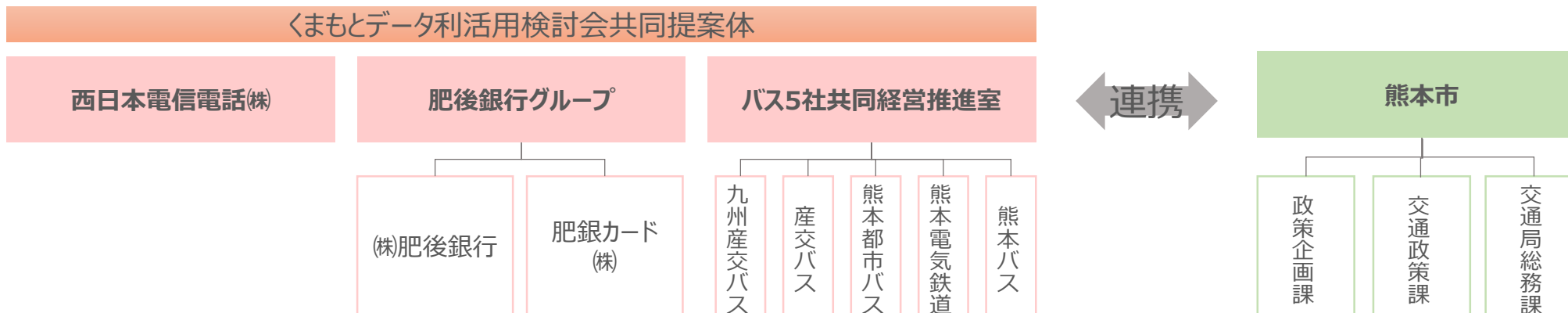
貯めてお得

■ 実証実験スケジュール



プロジェクト体制

実施体制図



役割

企業		役割
西日本電信電話株式会社		企画・実施（計画策定・データ活用方法の検討・地域課題解決検討） 人流データ等分析、全体とりまとめ
肥後銀行グループ	株式会社肥後銀行	企画・実施（計画策定・データ活用方法の検討・地域課題解決検討） くまものICカードデータ利活用調整
	肥銀カード株式会社	くまものICカード施策実行・データ提供
バス5社共同経営推進室	九州産交バス、産交バス、熊本電気鉄道、熊本バス、熊本都市バス	まちなかループバス関連の企画・実行（計画策定・データ活用方法の検討・地域課題解決検討）データ提供

連携・協力

行政		役割
熊本市	政策局 総合政策部 政策企画課	連携窓口、企画
	都市建設局 都市政策部 交通政策課	企画・データ提供
	交通局 総務課	データ提供

【実証①】まちなかループバス 実証概要

まちなかループバス導入の狙いは「中心市街地の回遊性向上」「公共交通利用者の増加」であり、人流・交通・消費データにより仮説検証を図る

■ 実証概要

熊本駅ビルの商業施設開業等に合わせ運行を開始した、中心市街地のバス停を「早く」「安く」「分かりやすく」結ぶノンストップバス（2021.4.3運行開始）

〈まちなかループバス導入の狙い〉

- ・中心市街地の回遊性向上
- ・公共交通利用者の増加

〈まちなかループバス運行ルート〉



■ 仮説・検証項目

	仮説	検証項目	結果
交通	まちなかループバス導入により公共交通利用者は増加するの か	・まちなかループバス降車件数（バスデータ）	P.19
人流	まちなかループバス導入により回遊性は向上するの か	・大型商業施設間の往来状況（滞在人口） ・時間別の中心市街地の滞在人口	P.20 P.21
消費	まちなかループバス導入により消費は増加するの か	・まちなかループバス有無の商業利用（件数、消費 額）	P.22

【実証②】ICカードポイントインセンティブ付与 実証概要

ICカードポイントインセンティブ付与施策の狙いは「滞在人口・消費件数・バス利用者の増加」であるため、人流・交通・消費データにより仮説検証を図る

■ 実証概要

<第1弾> キャンペーン

- ◆ 期間：2021年6月18日(金)～7月31日(土)
- ◆ 特典内容：
 - ① **ポイント5倍**
『商業施設C』でお買物・お食事の際「くま蒙のICカード」を使って！
 - ② **100ポイントプレゼント**
くま蒙のICカードでバス・電鉄電車に乗って、
『商業施設C』でお買物・お食事を使って！
 - ③ **500ポイントプレゼント**
さらに期間中オートチャージ新規お申込みで！



第2弾は！

- **還元率をアップ↑↑**
(特典内容②)
 - **SNSを活用した
プロモーションの実施**
- STEP1：12/10-1/17
SNS広告なし
- STEP2：1/18-1/31
SNS広告あり


<第2弾> キャンペーン

- ◆ 期間：2021年12月10日(金)～2022年1月31日(月)
- ◆ 特典内容：
 - ① **ポイント5倍**
加盟店でお買物・お食事の際「くま蒙のICカード」を使って！
 - ② **抽選で100名に5,000ポイントプレゼント**
くま蒙のICカードでバス・電鉄電車に乗って、
乗車した当日にくま蒙のICカードで5,000円以上、
お買物・お食事を使って！
 - ③ **100ポイントプレゼント**
まちなかループバス乗車券を
くま蒙のICカードで購入で！


■ 仮説・検証項目

	仮説	検証項目	結果	
			(第1弾)	(第2弾)
人流	・施策により滞在人口は増加するのか	・滞在人口	P.24	P.24 P.25
交通	・施策によりバス利用者やバス利用割合は増加するのか	・滞在人口、バス降車数	P.24	P.25
消費	・施策により消費件数や人口に対する消費件数の割合は増加するのか	・滞在人口、消費件数	P.24	P.26

ドコモGPS統計データ (データワイズ)

- 提供元：株式会社データワイズ
- 媒体：dポイントクラブアプリGPSデータ 
登録会員数8,373万人を超えるdポイントクラブのGPS + 属性データを基に施設・エリアの滞在人口を把握
dポイント会員数：8,373万人（2021年7月時点）
dポイントアプリダウンロード数：1,000万突破（2019年12月時点）
※アプリのアクティブ数1000万人（GPSをオンにしていない方も含む）
- 取得データの内容（2019.7.1～2021.12.31）
 - ・施設・地点分析
 - － 来訪者数、属性、来訪頻度、来訪者分類、他訪問場所
 - － 商圈分析、交通量分析

モバイル空間統計 データ (ドコモ・インサイト マーケティング)

- 提供元：ドコモ・インサイトマーケティング株式会社 
- 媒体：ドコモの携帯電話ネットワークデータ（基地局）
ドコモのモバイルNWの仕組みを使用して作成される人口統計情報
中心市街地に滞在している人の属性情報を収集
- 取得データの内容（2021.4～2022.1）
 - ・属性情報（性年代、居住エリア）
 - ・エリアの特徴（分布）、人々の動き（移動）、時間帯ごと（推移）

(参考) 取得データ情報 ～バスODデータ～

交通

バスODデータ
(肥銀カード・九産交)

- 提供元：肥銀カード株式会社
- 媒体：くまもんのICカード
熊本県内のバス・市電でご利用いただけるプリペイド式のICカード乗車券
(利用額に応じてポイントが付与、貯まったポイントを電子マネーに交換して、バス市電の運賃・お買い物が可能)
- 取得データの内容
 - ・交通決済情報 (利用日時、利用停留所、利用した公共交通の種類)
 - ・属性情報 (性年代)



- 提供元：バス5社共同経営推進室 (九産交)
- 媒体：路線バス乗降データ
- 取得データの内容 (2021.2.1～10.31)
 - ・バス乗降データ情報
(利用日、時間別、3拠点
「熊本駅前、桜町、通町筋」の乗降車数)



(参考) 取得データ情報 ～商業決済データ～

消費

商業決済データ
(肥銀カード)

■ 提供元：肥銀カード株式会社

■ 媒体：くまもんのICカード

熊本県内の商業加盟店にて利用できるプリペイド式電子マネー

(利用額に応じてポイントが付与、貯まったポイントを電子マネーに交換して、バス市電の運賃・お買い物が可能)

■ 取得データの内容

・消費決済情報 (利用日時、消費店舗)

・属性情報 (性年代)



熊本県内の利用可能な店舗(加盟店)数
2,000店以上 ※2021年10月時点
(中心市街地エリア 約700店)



くまもんのICカード (熊本地域復興ICカード) <https://www.kumamotoiccard.jp/>より

1. 熊本市中心市街地における課題
2. 実証実験の取組内容
- 3. 分析結果**
4. 事業から得られた成果と課題
5. 今後の展開

実証①

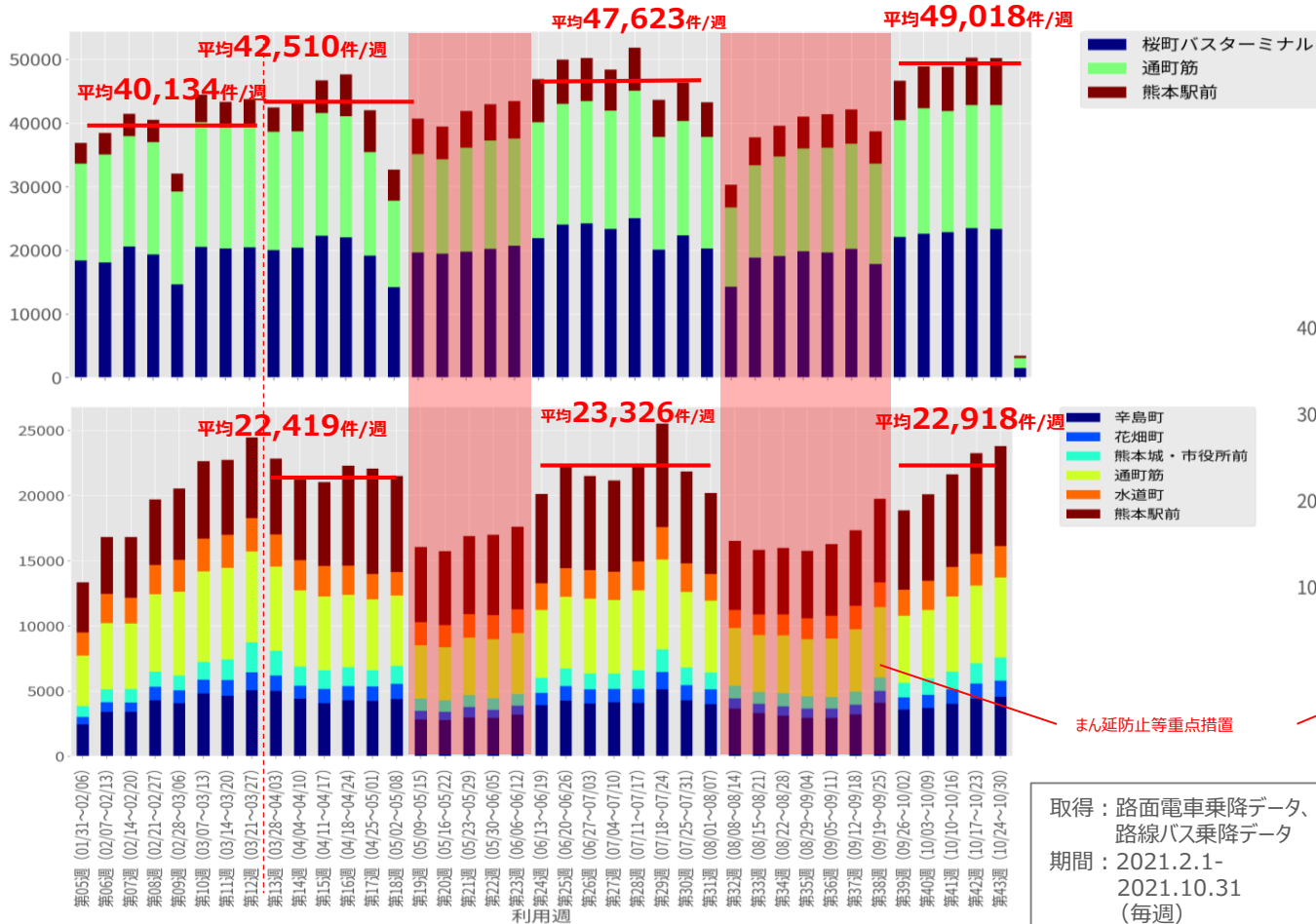
公共交通機関（路線バス、路面電車）は、まん延防止等重点措置の期間を除き**微増傾向**。まちなかループバス降車数も、**増加傾向**であるため、公共交通利用増加に寄与していると想定される

公共交通機関（路線バス、路面電車）の降車件数

まちなかループバスの降車件数 (土日祝の平均)

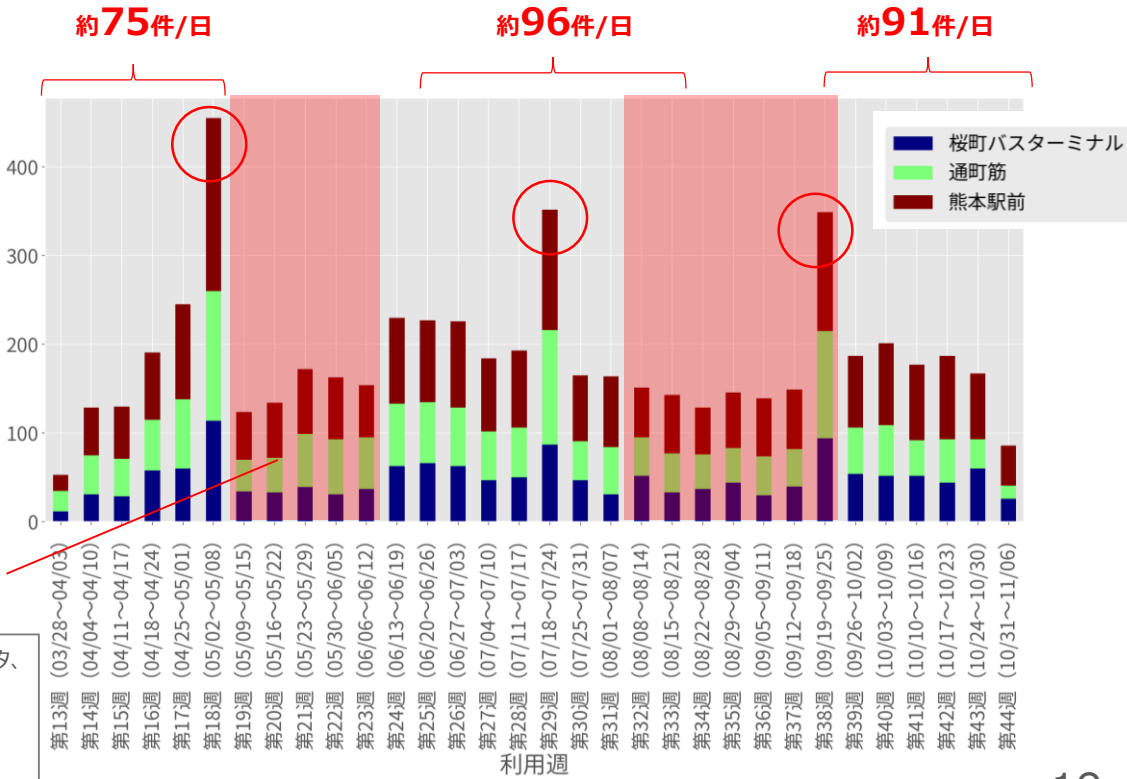
路線バス

(参考) 路面電車



取得：路線バス降車データ
期間：2021.4-10 (毎週)

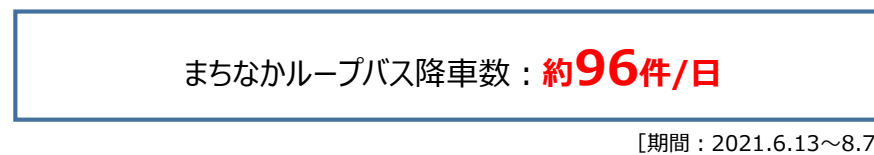
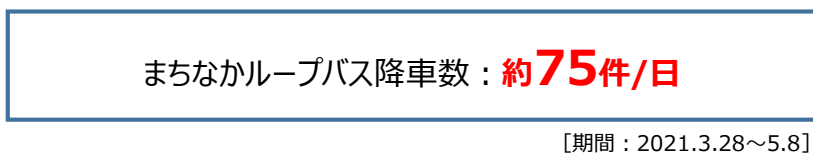
○：祝日が多い週のためループバス運行日が他の週より多い



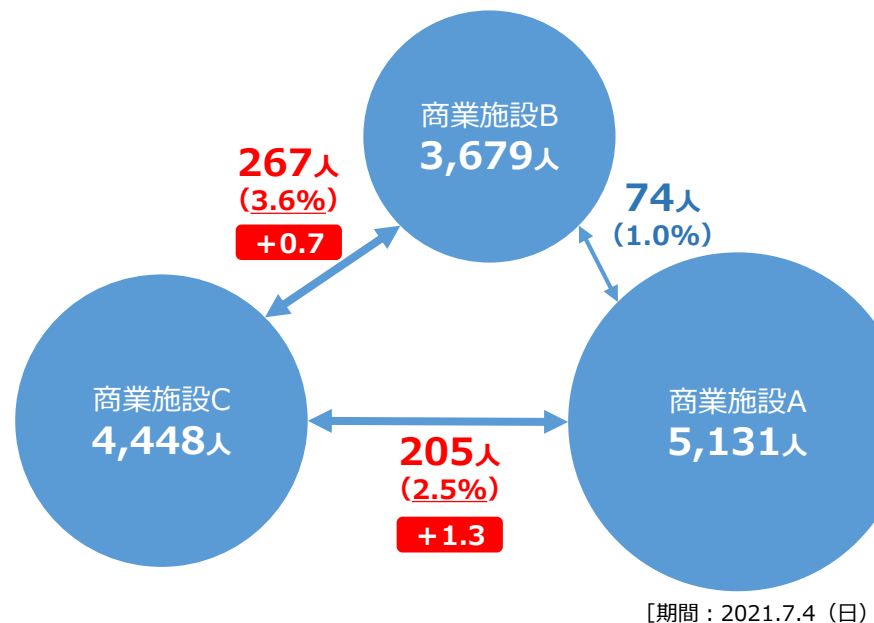
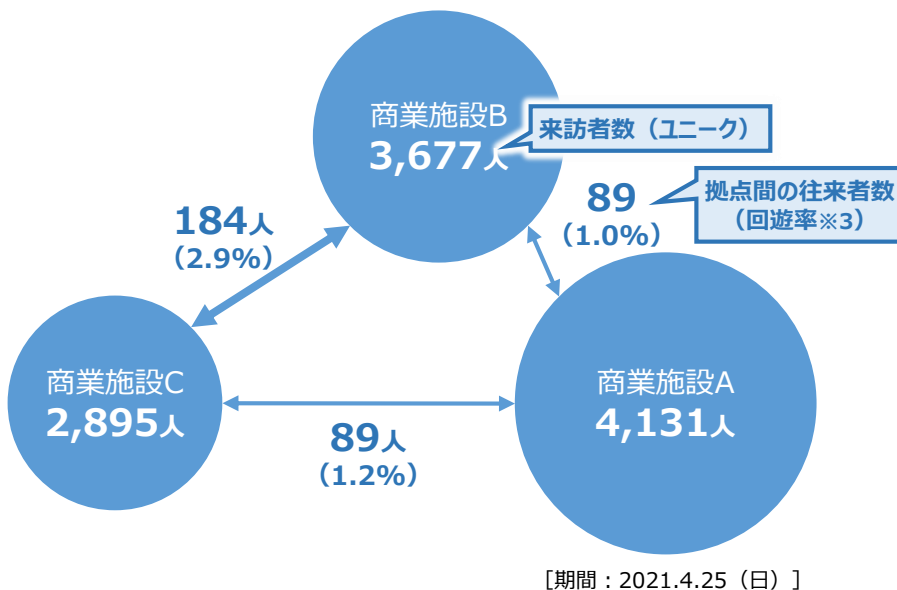
まちなかループバス降車数の増加（75→96件/日）に伴い、3停留所周辺の大型商業施設間の回遊率が増加（商業施設C⇔商業施設B・商業施設A）しており、まちなかループバスにより大型商業施設間の回遊が促進されていると想定される

1日あたりのまちなかループバス平均降車数と大型商業施設への回遊状況

【交通】※1



【人流】



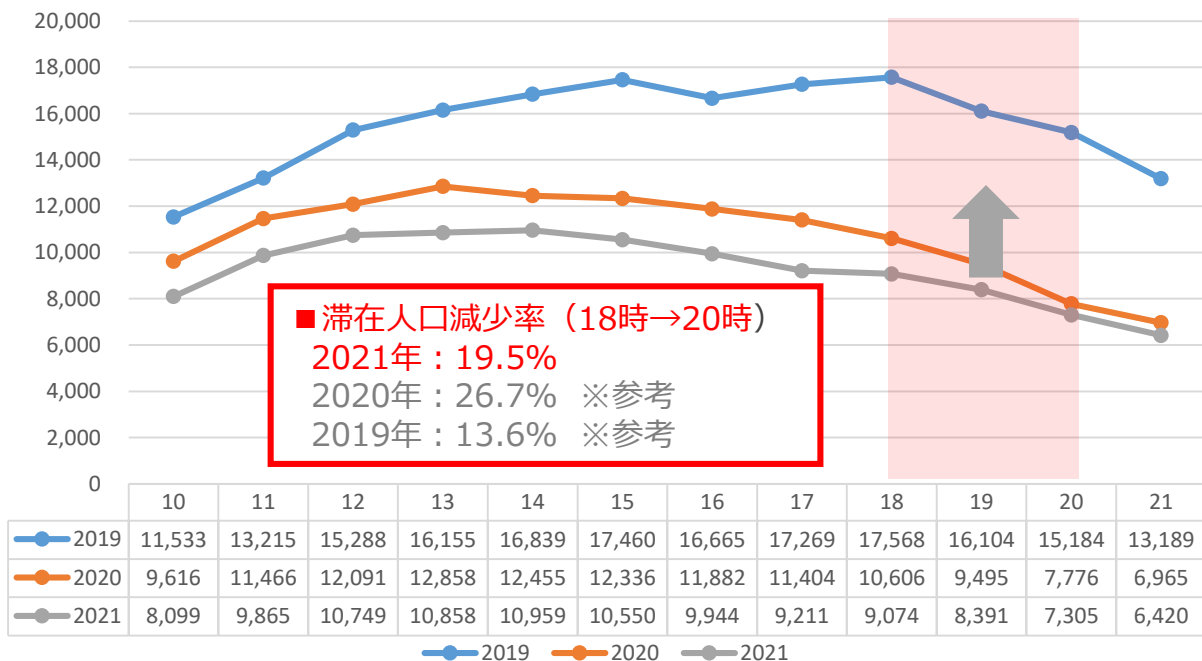
※2

※1：交通 … まちなかループバス降車数（ループバス3停留所〔熊本駅前、桜町BT、通町筋〕における1日あたりの平均降車数）
 ※2：人流 … まちなかループバス3停留所周辺の大型商業施設における1日あたりの滞在人口数（滞在時間：30分以上）
 ※3：回遊率 … （拠点間の往来数）÷（両拠点における来訪者数の合計）×100

18時から20時の滞在人口は減少傾向であるため、**まちなかループバスの運行時間の延伸**を検討し、更なるまちなかの回遊性向上を図る参考情報として活用する

時間別の滞留人口（10月～12月 休日平均滞在人口）

活動内容（次年度検討）



■ まちなかループバスの運行時間の延伸を検討する際に参考資料として活用

まちなかループバス運行時間の変更（案）

【変更前】 9:30～18:30 （15分毎）

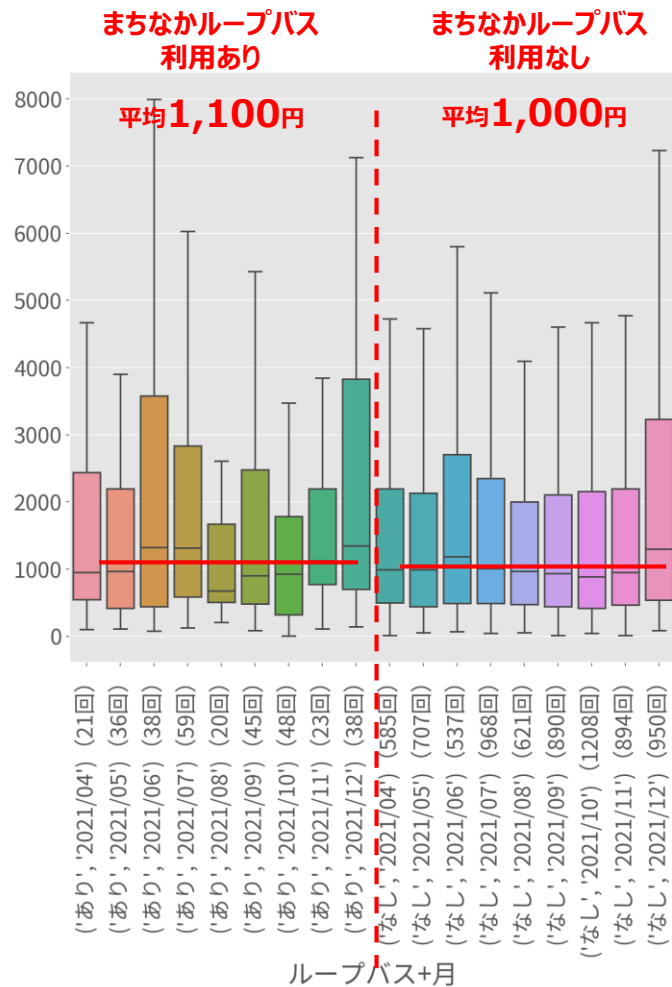
【変更後】 9:30～20:00 （15分毎）

※熊本駅発

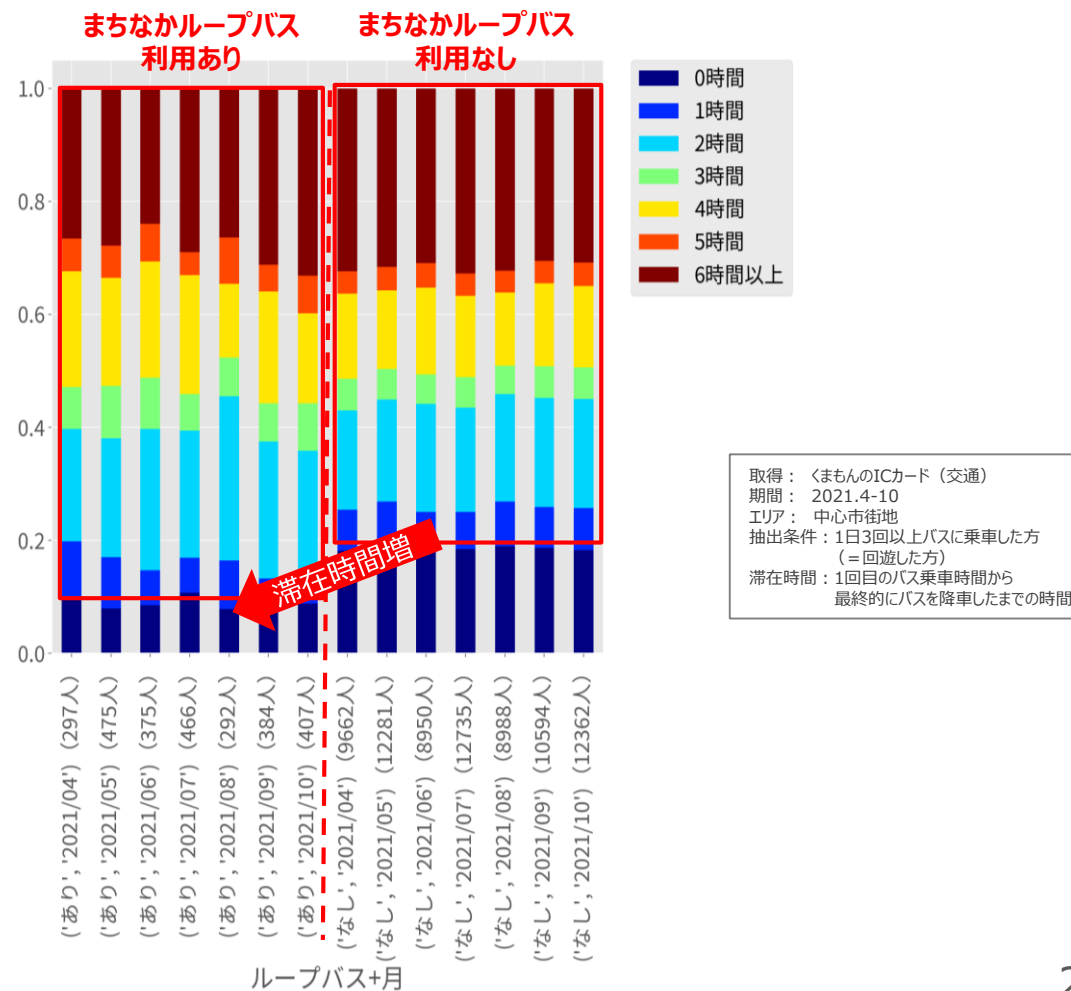
取得：データワイズによる滞在人口
 期間：2019.10-12、2020.10-12、2021.10.12
 休日平均人数
 対象エリア：中心市街地（通町筋停留所から半径500mエリア）

まちなかループバス利用有無による中心市街地での消費金額に大きな変動はなく、滞在時間は長くなったものの消費拡大にはつながっていないと想定される

1日あたり一人当たりの電子マネー利用額



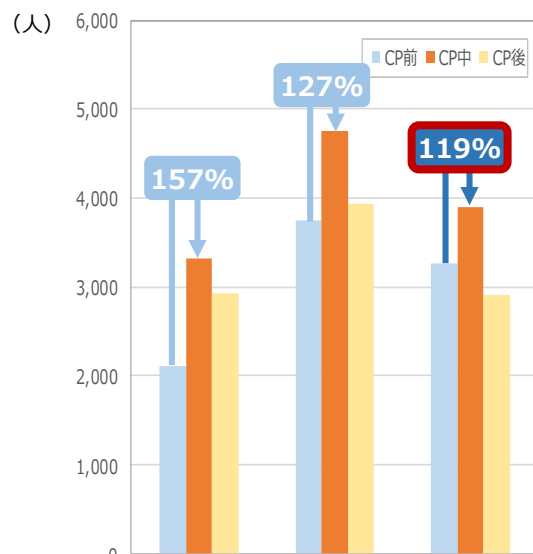
1日あたりの中心市街地滞在時間割合 (1日3回以上バス利用、まちなかループバスの有無毎)



実証②

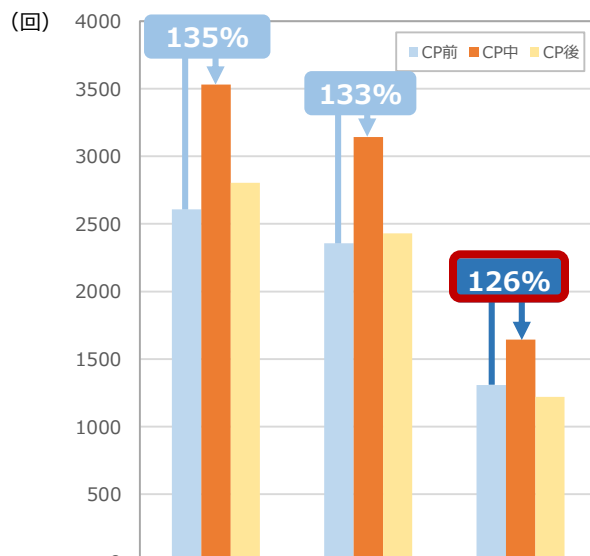
施策対象の「商業施設C」の滞在人口増加率や、最寄りのバス停「熊本駅」のバス降車数増加率は、他施設と比較して低い（119%、126%）ものの、くまモンのICカードの消費件数増加率は大幅に増加（499%）キャンペーンにより滞在者あたりの消費件数が拡大していると想定される

【人流】1日あたりの滞在人口／増減率
(人流データ)



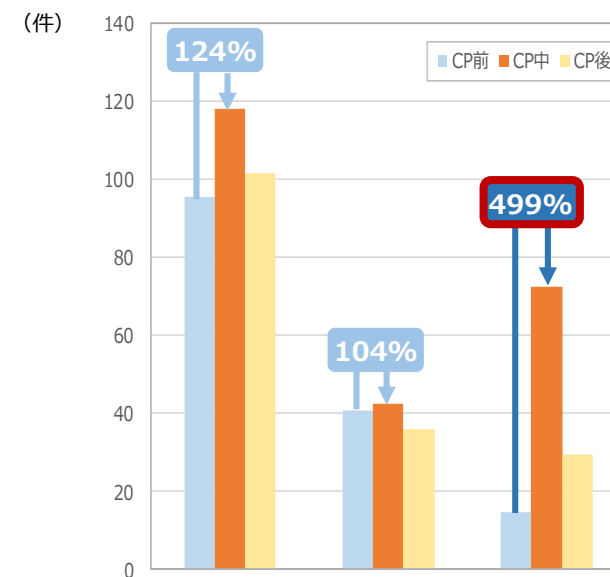
		施設B	施設A	施設C
1日あたりの滞在人口(人)	CP前	2,106	3,750	3,274
	CP中	3,316	4,756	3,904
	CP後	2,928	3,940	2,910
増減率(対CP前)	CP中	157%	127%	119%
	CP後	139%	105%	89%

【交通】1日あたりのバス降車数／増減率
(くまモンのICカード)



		施設B	施設A	施設C
1日あたりの降車件数(件)	CP前	2,608	2,357	1,307
	CP中	3,531	3,142	1,644
	CP後	2,803	2,431	1,221
増減率(対CP前)	CP中	135%	133%	126%
	CP後	107%	103%	93%

【消費】1日あたりの消費件数／増減率
(くまモンのICカード)



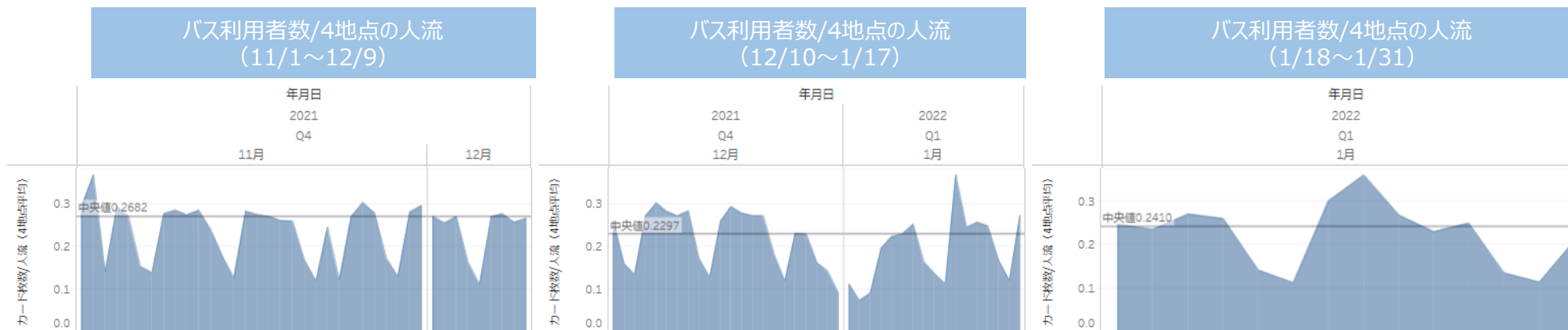
		施設B	施設A	施設C
1日あたりの消費件数(件)	CP前	95.4	40.7	14.5
	CP中	118.1	42.4	72.4
	CP後	101.6	35.9	29.4
増減率(対CP前)	CP中	124%	104%	499%
	CP後	106%	88%	203%

キャンペーン中（SNS広告無し）、キャンペーン前に比べバス利用者割合は▲0.04減少、SNS広告により+0.01増と、キャンペーンによるバス利用者は増加は見られなかったことから、キャンペーンによる交通利用促進を訴求できなかったと想定される

検証すべき仮説	比較項目 (全て中央値)	期間①	期間②	期間③
		キャンペーン前 (11/1~12/9)	キャンペーン中 SNS広告無し (12/10~1/17)	キャンペーン中 SNS広告有り (1/18~1/31) ※1/21~まん防
• CPIにより、通常時と比較して中心市街地でのバス利用者数が増加したのではないかと	• バス利用者数	7,962	6,754 ↓	5,964 ↓
• 4地点の人流傾向の確認	• 4地点の人流	31,750	31,488 ↓	24,426 ↓
• 人流傾向を考慮した評価	• バス利用者数/ 4地点の人流	0.27	0.23 ↓	0.24 ↓

▲0.04 +0.01

凡例
 ↑ ①と比較して増加傾向
 ↓ ①と比較して減少傾向



取得：データワイズ、くまモンのICカード
 期間：2021.11.1-2022.1.31
 地点：商業施設A、商業施設B、商業施設C、熊本駅

キャンペーン中（オンライン広告無し）、キャンペーン前に比べ人口に対する消費割合は+9.04と増加、特にSNS広告有りの期間は+0.73と増加と、**滞在者あたりの消費件数が拡大していることから、キャンペーンによる消費喚起に訴求できた**と想定される

検証すべき仮説	比較項目 (全て中央値)	期間①	期間②	期間③
		キャンペーン前 (11/1~12/9)	キャンペーン中 オンライン広告無し (12/10~1/17)	キャンペーン中 オンライン広告有り (1/18~1/31) ※1/21~ まん防
• 本キャンペーンにより、通常時と比較して中心市街地での購買件数が増加したのではないかと	• 購買件数	207	295 ↑	270 ↑
• 消費金額の合計	• 消費金額	321,998	585,303 ↑	493,696 ↑
• 決済別の単価	• 単価	1,465	1,882 ↑	1,631 ↑
• 4地点の人流傾向の確認	• 4地点の人流	31,750	31,488 ↑	24,426 ↓
• 人流傾向を考慮した評価	• 消費金額/ 4地点の人流	9.91	18.95 ↑	19.68 ↑

+9.04

+0.73

凡例

↑ ①と比較して増加傾向

↓ ①と比較して減少傾向



取得：データワイズ、くまモンのICカード
 期間：2021.11.1-2022.1.31
 地点：商業施設A、商業施設B、
 商業施設C、熊本駅

分析結果（実証②） ～第2弾キャンペーン～

平均クリック率「0.15%」※に対し+0.22の「0.37%」と多くの方に閲覧いただいた結果、消費件数拡大につながったと想定される

■ SNS広告詳細



◆ 広告内容

GDN(Google)・LINE・Facebook・Instagramのバナー広告

◆ 広告日時

2022.1.18～2022.1.31

◆ 広告時間

平日 8:00-10:00、17:00-19:00
休日 10:00-14:00

◆ 広告対象者

・GDN・Facebook・Instagram
熊本市「城彩苑半径2km圏内」で過去1年、GPSデータが取得できた
18歳～64歳
・LINE
「熊本県内」で過去1年、GPSデータを取得できた20歳～60歳

■ SNS広告結果

媒体別 表示回数・クリック率

		IMP	CT	CTR
		1,618,128	6,039	0.37%
#	Platform	IMP (表示回数)	CT (クリック数)	CTR (クリック率)
1	GDN (Google)	409,662	795	0.19%
2	LINE	1,119,414	4,841	0.43%
3	Facebook	50,358	256	0.51%
4	instagram	38,694	147	0.38%

※全SNS広告による平均クリック数（SNS広告提供事業者調べ）

1. 熊本市中心市街地における課題
2. 実証実験の取組内容
3. 分析結果
- 4. 事業から得られた成果と課題**
5. 今後の展開

実証事業から得られた成果

【実証①】データ活用によるEBPM支援 ※次年度に向けた動き

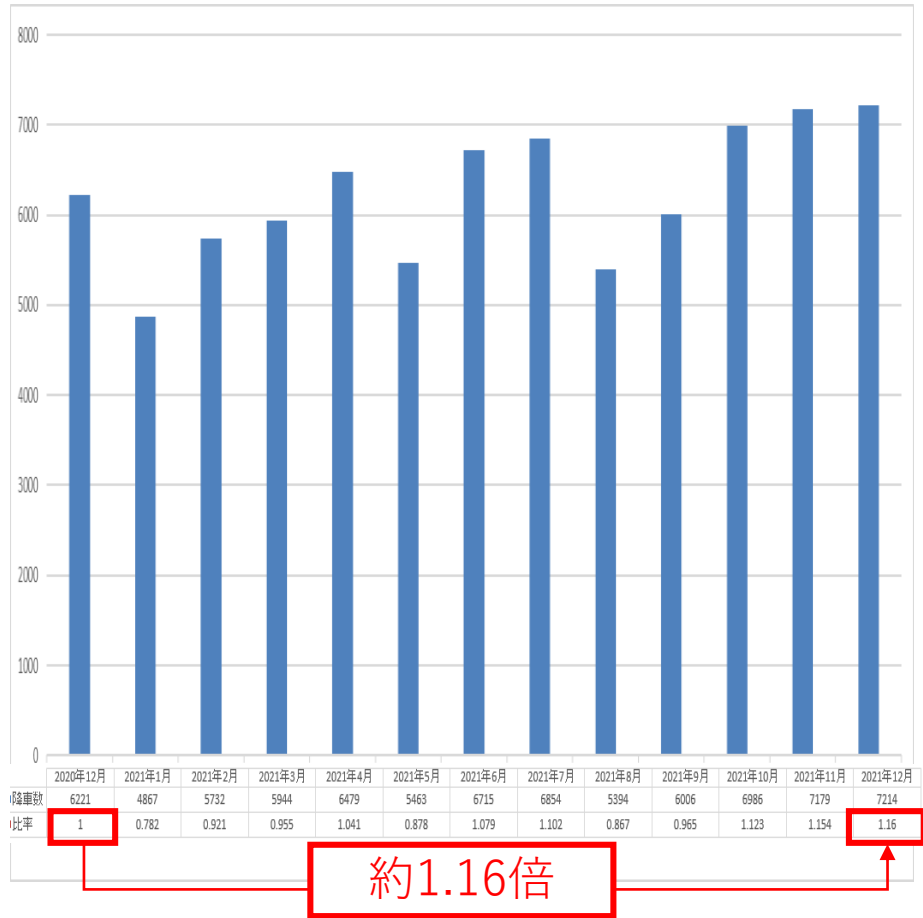
【実証②】中心市街地における消費活性化

■ 事業の目標結果（KPI）

	達成状況の評価方法	KPI	実績
交通	①公共交通利用増加 2021年12月のくまモンのICカードデータにおける熊本駅、桜町バスターミナル、通町筋の3拠点の降車人数が前年同月比 1.2倍	1.2倍	1.16倍
	②まちなかループバスの利用者数 2021年12月のくまモンのICカードデータにおける乗車人数が、2021年4月（運行開始月）の 1.2倍	1.2倍	1.23倍
人流	③中心市街地人流増加 2012年12月のデータワイズにおける熊本駅、桜町バスターミナル、通町筋の3拠点の数値が前年同月比 1.2倍	1.2倍	1.05倍
施策	④人流データ利活用による可視化された効果や課題等を踏まえ、応募主体の協議会において取り組む具体的な施策立案	1施策	公共交通利用促進に向けたまちなかループバス運行時間延伸（予定）

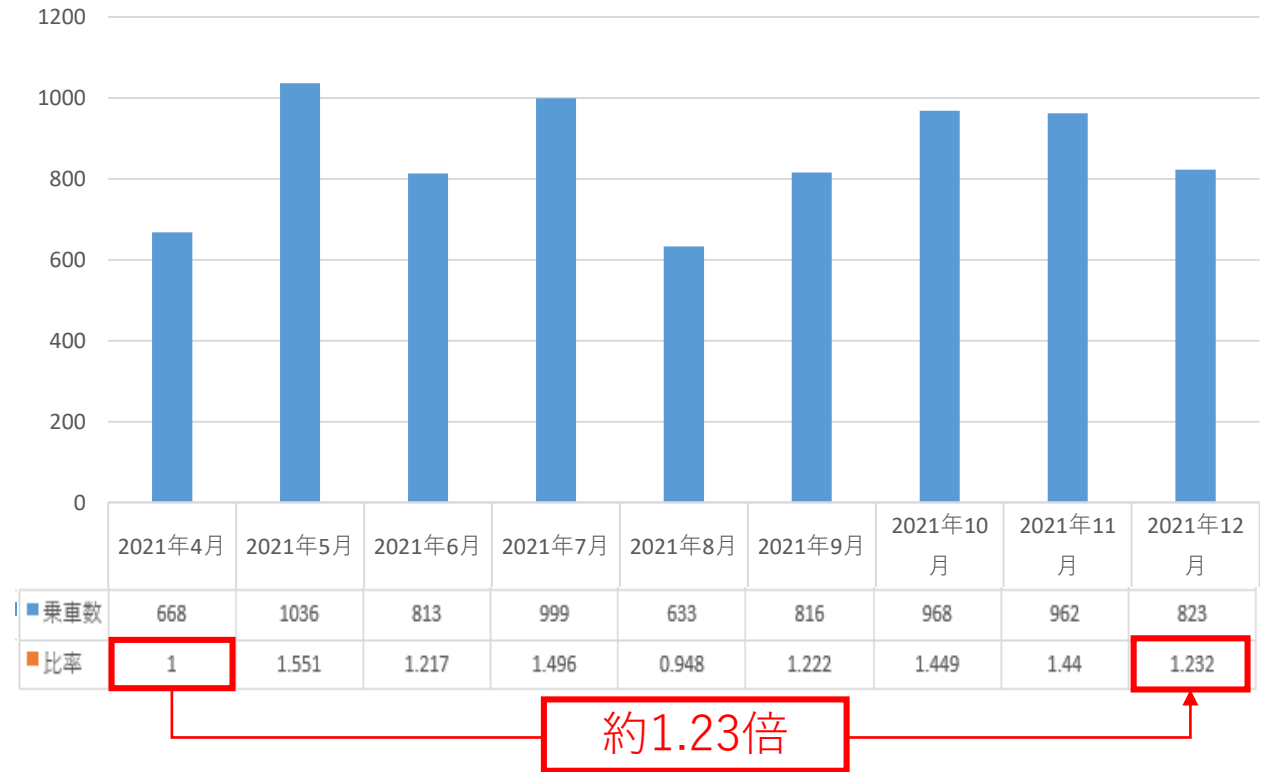
※次頁参考

3バス停留所（熊本駅、桜町バスターミナル、通町筋）の降車数 ～2020.12月 比較～



取得：くまモンのICデータ（1日平均）
期間：2020.12-2021.12
停留所：3バス停留所（熊本駅、桜町バスターミナル、通町筋）

3バス停留所（熊本駅、桜町バスターミナル、通町筋）のまちなかループバスの乗車数 ～2021.4月 比較～

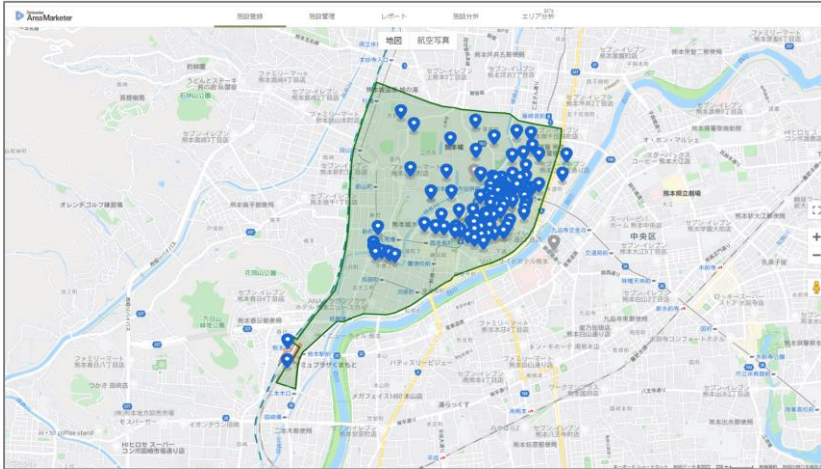


取得：くまモンのICデータ
期間：2020.4-2021.12
停留所：3バス停留所（熊本駅、桜町バスターミナル、通町筋）

(参考) 中心市街地の滞在人口

取得 : データワイズ
期間 : 2020.12 、2021.12
対象エリア : 中心市街地

<対象エリア : 中心市街地>



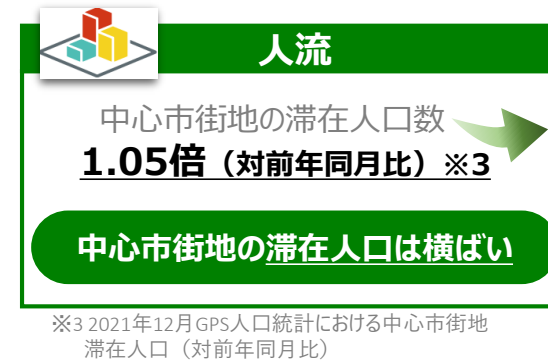
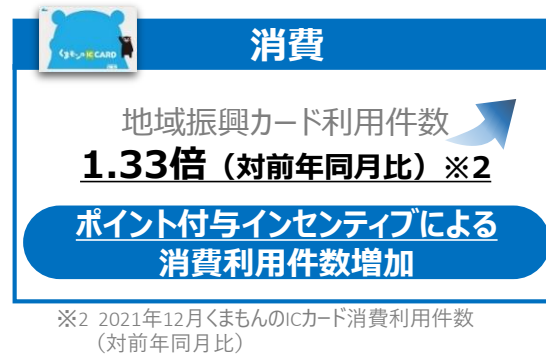
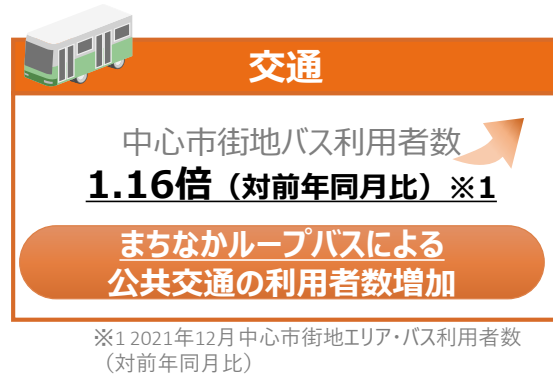
取得期間	滞在人口
2020.12.1-12.31	3,729,529人
2021.12.1-12.31	3,979,905人

約1.05倍

実証事業から得られた課題

本実証結果より新たな人流を起こすまでには至っていない状況であるため、社会実装に向けた課題 “**来街目的の創出（魅力づくり）**”、“**公共交通を中心とした更なる街づくり**”を解決する取り組みが必要

■ 設定した地域課題に対する実証結果



中心市街地の活性化施策（交通・消費）の**一定の成果が把握されるが、新たな人流を起こすまでには至っていない状況**

■ 社会実装に向けた課題

① 中心市街地の魅力づくり（再構築）

➤ 郊外店舗やECと差別化し、従来型イベントからの脱却やデジタル化と融合した中心市街地により往訪する目的を創出

② 公共交通を中心とした更なる街づくり

➤ 主要な市電・バス以外の**新たな交通手段**※や連携による回遊性向上

※シェアサイクル、電動キックボード、グリーンスローモビリティ等

2021年12月くまもんのICカード消費利用件数
(対前年同月比)

	利用件数
2020年12月	18,118
2021年12月	24,134
前年同月比	+6,016

約1.33倍

1. 熊本市中心市街地における課題
2. 実証実験の取組内容
3. 分析結果
4. 事業から得られた成果と課題
5. 今後の展開

今後の展開

今回施策立案した交通×消費を軸とした施策について「スマートシティくまもと推進官民連携協議会」を中心に、更なる人流データ等を活用した持続可能な事業モデルの構築に取り組む

社会実装に向けた課題

① 中心市街地の魅力づくり

- ▶ 郊外店舗やECと差別化し、従来型イベントからの脱却やデジタル化と融合した中心市街地により往訪する目的を創出

② 公共交通を中心とした更なる街づくり

- ▶ 主要な市電・バス以外の新たな交通手段※や連携による回遊性向上

※シェアサイクル、電動キックボード、グリーンスローモビリティ等

解決の方向性

本実証で得られた成果の積極的な活用

消費

ポイントインセンティブ付与と街の賑わいづくり等の活用による消費拡大



交通

利便性向上と新たな移動手段の提供等による回遊性向上



2022年度 施策案

人流データを活用した政策策定支援・効果的な施策立案

民

効果的なポイントインセンティブ付与

民

まちなかXRコンテンツ体験



官

まちなかループバスの運行時間延伸

官

2次交通連携
(グリスロ、シェアサイクル)

