

## 第 1 回検討会等の主な意見 (◇ は 10 月 12 日の IT 関係委員等とのオンライン協議での意見)

項目	委員意見
現状（現在の計測方法）に対する意見・不満	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おびさんロード商店街の通行量調査は 1 箇所ですべて測っており、南北に路地があるため、必ずしも正しい数字が出ていない。</li> <li>・年に 2 回の計測では当日の天候に左右など限界がある。もう少しサンプル数を増やしてもらいたい。</li> </ul>
欲しいデータの種類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人の流れ（どこから入ってどこから出て行くか）が分かればいい。</li> <li>・最低でも性別、年代別、細かいタイムスタンプが欲しい。</li> <li>・中心市街地に年代別にどれくらいの方が来ているのか分かれば、新しいコンテンツを入れやすくなる。それが推移として暦年でも変化が分かると、どこにチャンスがあるか分かっていくと思う。</li> <li>・お金を使ってくれる顧客がどういう動きをしているか知りたい。</li> <li>・一人のユニークユーザーの動きを知りたい（商店街をどのような回遊をしているのか、滞在時間はどれくらいか）。</li> <li>・24 時間 365 日のデータは必要。</li> <li>・計測地点は、アナログ計測の地点に沿ってやる必要はない（システム関係の皆さんに人の流れが把握しやすい地点、カメラ、設定などを教えていただきたい。）</li> </ul>
データ活用にあたって （希望・期待する点、注意すべき点、先事例からの知見）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中心市街地に年代別にどれくらいの方が来ているのか分かれば、新しいコンテンツを入れやすくなる。それが推移として暦年でも変化が分かると、どこにチャンスがあるか分かっていくと思う。〈再掲〉</li> <li>・みんなが取り組めるところから取り組み、取り組めない小規模なところも恩恵を受けるような、長い目で見た感じでの取組になればよい。</li> <li>・データ項目は、どのような目的でデータを使うかで変わってくる。人の動きだけを見ても、それほど大きなデータは得られない。</li> <li>・ピンポイントのデータはあまり役に立たない。カバレッジが重要。</li> <li>・一番やりやすいのはマイナス効果。コストを下げることに着目してはどうか。（お客さんが来ない時には店員さんを休みにする、仕入れを減らして無駄なコストを減らしていくという方が分かりやすい。）</li> <li>・周辺のイベントデータは人流に非常に影響がある。イベントデータの収集についてもよく検討した方がよい。（人流データだけが分かっても役に立たない）</li> <li>・全体の人の動きを見るのは非常に貴重で意味がある。カメラは全体を見ることができるので、うまく配置すれば、店舗への出入り状況が、性別・年齢毎に分かる。商店街でどの店舗にどのような人が入っているか見られると、何かヒントが出やすいのでは。</li> <li>・小さい店舗と、街がやろうとしている人流データの（取組との）へだたりが大きくピンと来ていないので、明確にできたらよい。</li> </ul> <p>◇新たなモデル試行のために、画像のローデータを活用したいが、難しいという話があったが、営利目的ではなくアカデミア限定で研究目的としてデータを使用する仕組みは難しいか。</p> <p>◇通行量データの取得は、コストを抑えて、周辺の他のデータをまとめて、店舗にフィードバックできるシステムを中心に考えた方がいいのでは。</p> <p>◇性別や年齢をしっかりと取るよりも、駐車場や天候など他のデータをリンクして、各店舗の売上に直接繋がるような形にする事が優先事項ではないか。</p> <p>◇店舗の便益をどこに置いた目的に設定するのが大事。</p> <p>◇基本的なデータが入っているところからスタートし、いくつかのビジネスに繋がる要素を、最初の段階で設定することが大事。</p>

項目		委員意見
データ活用のイメージ・可能性 (やりたい事、興味がある事、不安等)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・汎用性の高い情報をできるだけ広い範囲でとって、個々の店舗がそれぞれの用途・切り口で使うのがよい。</li> <li>・基礎的な男女・年代がきちんとわかって、カバレッジの広い部分をデータとして取得できれば、各店舗が行う自店舗の業績やお客様の数に応じた様々な分析の一助として、環境面の事実として裏づけていけるのでは。</li> <li>・防災活動や地域活動、新しく商売を始めたい方への情報提供などにデータを活用できればよい。</li> <li>・人の回遊や、駐車場の利用状況、滞在時間がわかった時に、例えば高知市が、“中央公園地下駐車場を無料にする実証実験で滞在時間が長くなるか調べてみる。”などの動きにつながると思う。</li> <li>・駐車場問題と、公共交通をなんとかしたい。</li> </ul> <p>◇ネットユーザーが商店街に行きたくくなるようなデータ提供（混雑具合、店舗の商品情報など）をして、ネットユーザーを掴んで引き寄せる仕組みができれば、各店舗への来店が増えることが実感できるシステムになるのではないかと。</p>
他のデータとの連携、他分野との連携	他のデータとの連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高知のホテルの空き室情報（情報が非常に分かりやすく、みなさんに届けば、小さなお店でも、営業の参考になるのでは。）</li> <li>・駐車場利用状況との連携。</li> <li>・イベント情報や天気情報。</li> <li>・テキスト化されている新聞や SNS のデータから、例えば好意的なのか、否定的なのか、そのイベントに対する話題が多いなど、傾向はつかめる。直前にある新聞のデータから次を予測するとか、SNS の過去と今の盛り上がりを見て、人出を予想することはできると思う。</li> </ul>
	他分野との連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・防災の避難計画策定時に昼間・夜間・土日などの人数を活用しては。（せっかく苦労してとったデータは、色々なものに使うというのは考えたほうがいい。）</li> <li>・商店街との重要な関連性でいうと観光ではないか。例えば、日曜市では観光客の方と地元の方の違いは服装でわかる。AI カメラを活用して服装から観光客の判別もできるのでは。</li> </ul>
ハード整備 (機器の特性・スケジュール等)	全般	◇基本的な人数計測のプロセスとしては、LiDAR やカメラをベースに進めることが基本のため、LiDAR とカメラを並行して使う方がよいのではないかと
	AI カメラ	<p>◇クラウド型:24 時間 365 日インターネット回線への接続が必要（大容量回線を引けることが条件。無線（LTE や 5 G）では品質が安定しない）</p> <p>◇エッジ型：接続回線は細くてもいいが、データ集計のためには通信接続が必要。（エッジサーバーで処理をして、概要データだけをクラウドに送ることが可能）</p> <p>◇トータルコストに関しては、減価償却として見れば、クラウド型もエッジ型もさほど変わらない。</p> <p>◇機器を購入する場合は数年後に更新の必要がある。一方月額利用（クラウド）の場合は、サービスを購入しているので、サービスの中で機器の故障にも対応可能。</p> <p>◇費用は人数カウントのみの場合月額 16,000 円/台（ABEJA の場合）</p> <p>◇拡張性について、前提条件はサブスクのクラウドベースのシステムだが、プロポーザルを行う時に、今後のシステムのロードマップをどう考えているか、拡張予定の内容を確認しておいた方がいい。</p>
	LiDAR	<p>◇人数計測のみであれば安価で良いが、年齢・性別などの属性は取れない。</p> <p>◇費用は 1 箇所 6 万円/年のものからある</p>
	その他の計測機器	<p>◇スマートフォンの Bluetooth (i ビーコン) は、Bluetooth の ON や、特定アプリを入れることが必要となるためサンプル数や正確性などが低くなる（年配の人は Bluetooth をオフにしている人が多い。一方、若者はワイヤレスイヤフォンを付けている人が多いなど）。</p> <p>◇スマートフォンの地図アプリのデータで、周遊データを計測する方法もあるが、一方で「歩きスマホを推奨するようなことになるため、コンプライアンス的にどうか」という意見もある（コストも安く、インタラクティブ性も出る）。</p>