

ビッグデータ活用による  
旅客流動分析実証実験事業

ウォーカブルな中心市街地を  
形成するための人流分析  
および購買・消費分析

須賀川南部地区  
エリアプラットフォーム  
(福島県須賀川市)



# ◆本事業の概要

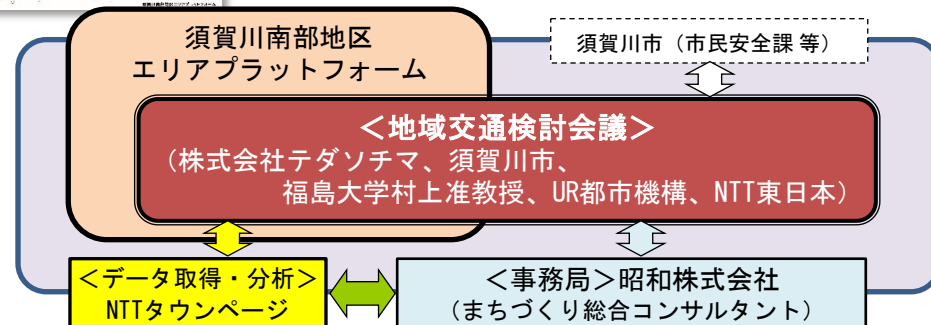
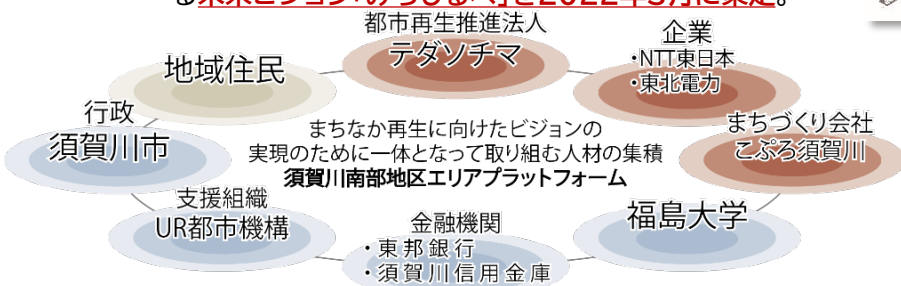
## 体制

エリアマネジメント組織であるまちづくり会社を中心としたエリアプラットフォームを母体に、実働的な体制を構築

- 福島県須賀川市(約7.5万人)の中心市街地やまちなかの活性化に取り組んでいる「株式会社テダソチマ」(都市再生推進法人)を中心に、**官民連携によるまちづくりの検討・実行体制「須賀川南部地区エリアプラットフォーム」を組成**し、地域課題を解決するまちづくりの行動指針となる**未来ビジョン「みちしるべ」を2022年3月に策定**。



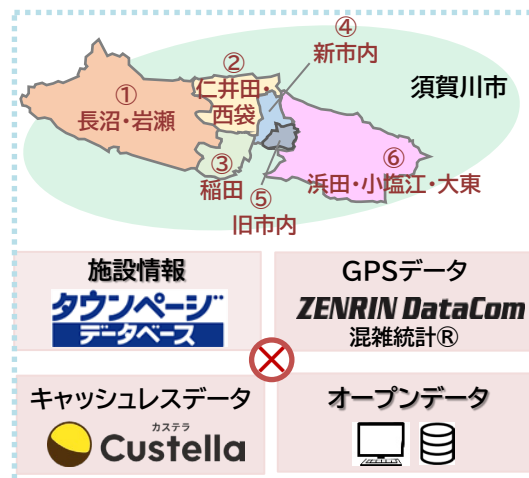
- 本事業では『須賀川南部地区エリアプラットフォーム』に「**地域交通検討会議**(株式会社テダソチマ、須賀川市、福島大学村上准教授(アドバイザー)、UR都市機構、NTT東日本、NTTタウンページ株式会社(データ取得・調査・分析機関)、昭和株式会社(まちづくりコンサルタント)による協働体制)」を設置し、調査・分析を実施。



## 地域の現状と本事業の目的

- 須賀川南部地区エリアプラットフォームの活動範囲である須賀川南部地区は、市庁舎や市民交流センター等の**公共施設や飲食店等が集約立地する旧市内**であり、上位計画では「**ウォーカブルなまち**」が目指されている。
- 須賀川南部地区エリアは、JR須賀川駅から直線2km離れた高台にあり、**徒歩での回遊性は低く、車移動に依存**している。
- 人口減少や郊外大型店舗の出現により中心市街地の小売店舗が年々減少し高齢者が日常購買のため**郊外へタクシーで出向く**といった「**移動に関する社会課題**」が顕在化している。

ウォーカブルを目指す将来像と来街者の移動実態に乖離



中心市街地およびその周辺地区におけるGPS データに基づいた利用者属性や行動パターン等の**人流データ**と、キャッシュレス決済データに基づく**消費分析、施設情報、オープンデータ**を掛け合わせ、『誰もが暮らしやすいウォーカブルなまちなかを実現するために**精度の高いデータ取得に基づく示唆出し、施策の検討**に繋げる。

# ◆解決を目指す課題の概要&実証実験の取組内容

## 解決を目指す課題

加速する少子高齢化と若者世代の流出  
交通不便解消とコンテンツ力の向上が不可欠

- まちなかに行きやすい交通ネットワーク = **アクセシビリティ**の向上
- まちなかを巡りたくなる魅力あるコンテンツの集積 = **ウォーカビリティ**の向上

## 本事業のKPI

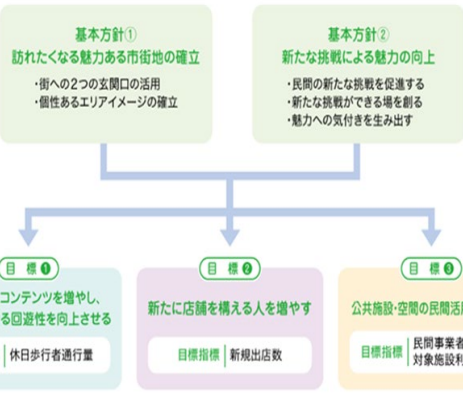
8

### 中心市街地活性化の基本方針・目標・目標値

テーマに即した中心市街地の活性化を実現していくための基本方針などを次のように設定します。

中心市街地活性化のテーマ

また遊びに来たくなる 魅力にあふれた街



「第2期須賀川市中心市街地活性化基本計画」より抜粋  
[https://www.city.sukagawa.fukushima.jp/\\_res/projects/default\\_project/\\_page\\_001/003/424/1003424-01.pdf](https://www.city.sukagawa.fukushima.jp/_res/projects/default_project/_page_001/003/424/1003424-01.pdf)

### 中心市街地の分布・回遊分析(訪れたい魅力ある市街地の確立)

- ・須賀川全域、須賀川市6エリア、須賀川南部地区エリアの分布・回遊分析
- ・須賀川市居住者の回遊分析については、GPSデータと施設情報による関連分析

### 既存コンテンツへの滞在者分析(魅力あるコンテンツを増やす・休日に訪れたいエリアイメージの確立)

- ・須賀川市内の既存コンテンツ11か所における滞在者及び回遊分析
- ・Rojima(ロジマ)「すかがわの路地deマーケット」の滞在者分析
- ・釈迦堂川花火大会における滞在者分析

### 新たな挑戦による魅力の向上(新規店舗の誘導による魅力創出・公共施設/空間を活用した魅力創出)

- ・南部地区エリアに存在する施設情報をタウンページデータベースから洗い出し、当該エリアの滞在者の特性と掛け合わせ分析を行うことで、エリア特性にマッチした新たな店舗の誘致に繋げる。
- ・「tette」の滞在者分析及びイベント開催情報等を掛け合わせ、公共施設の課題を顕在化し施策へ繋げる。

### 中心市街地への交通手段分析(回遊性の向上)

- ・須賀川南部地区への交通手段分析
- ・須賀川市内の昼・夜間人流の比較分析
- ・乗合タクシーのエリアの回遊者と運行ダイヤとの相関関係
- ・3つの高等学校における滞在者数と市内循環バス運行ダイヤとの相関関係
- ・4つの医療施設における昼夜間人口と市内循環バス及びJR東北本線運行ダイヤとの相関関係
- ・2つの玄関口を連携させた回遊性の向上

### 中心市街地における消費動向分析

- ・須賀川市全域・6エリアに分割・南部地区を含む旧市内エリアの消費動向分析
- ・キャッシュレスデータ・人流データ・施設情報の掛け合わせによる関連分析



「行きやすい」をつくる

- 交通空白地帯の把握とそれを補完する新しい移動手段等の検討
- 現状の公共交通網の見直し・再編



「巡りたくなる」を育てる

- 不足しているコンテンツの把握と新規誘致・導入すべきコンテンツの検討
- 中心市街地の回遊性向上および購買活動の促進に繋がる施策の検討

上記の分析から、現在の中心市街地に不足しているコンテンツ(機能)や強化すべきモビリティサービスを洗い出し、解決策の検討を行う。

## ◆分析手法詳細

▶ 活用するアセットの概要と分析手法は以下の通り。

### 分布・回遊分析

#### 活用データ

**ZENRIN  
DataCom**

**混雑統計®(GPSデータ)**

提供元:ゼンリンデータコム

#### ◆ 調査方法

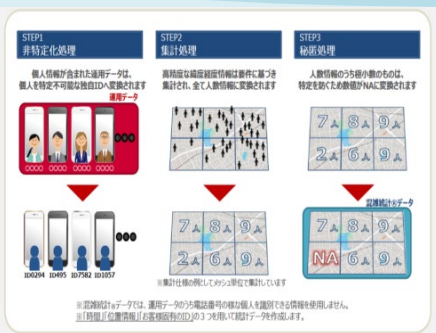
「混雑統計®」データは、NTTドコモが提供するアプリケーション(※)の利用者より、許諾を得た上で送信される携帯電話の位置情報を、NTTドコモが総体的かつ統計的に加工を行ったデータ。位置情報は最短5分毎に測位されるGPSデータ(緯度経度情報)であり、個人を特定する情報は含まれない。  
※ドコモ地図ナビサービス(地図アプリ・ご当地ガイド)等の一部のアプリ。

#### 混雑統計®

#### GPSデータ

#### タウンページデータベース

#### 施設情報



#### ◆分析手法

GPSデータ(500mメッシュ)と、メッシュコード付与した施設情報を掛け合わせ、“どこに滞在したか”を可視化。

須賀川市内における滞在者の属性や行動パターンの把握

滞在者の分布・回遊分析

既存コンテンツの分析

交通手段分析

### 消費額分析

#### 活用データ

**SMBC  
三井住友カード**

**Custella(キャッシュレスデータ)**

提供元:SMBC 三井住友カード

#### ◆ 調査方法

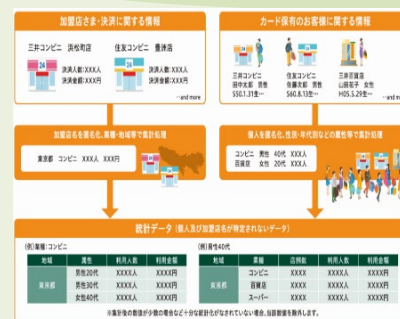
「Custella®」は三井住友カード株式会社が提供するマーケティング支援サービス。三井住友カード株式会社およびそのグループ会社が契約するクレジットカード加盟店およびクレジットカード会員データを統計化し、消費動向分析を行うもの。  
※キャッシュレスデータは、VISA、Mastercard、iDのブランドで決済された消費データであり、個人を特定する情報は含まれない。

#### Custella®

#### キャッシュレスデータ

#### タウンページデータベース

#### 施設情報



#### ◆分析手法

キャッシュレスデータ(6エリア別)と、施設情報(業種)を住所情報でデータを掛け合わせ、ポテンシャルの高い“業種”を可視化。

須賀川市内における利用者属性や消費動向の把握

消費動向分析

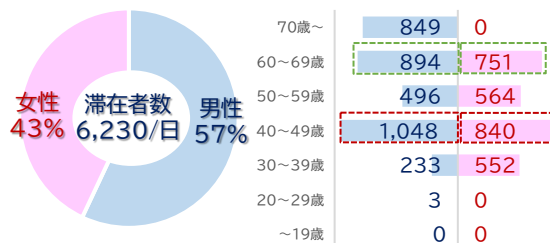
## ◆ 分析結果について(回遊分析)

- 須賀川市における「市内回遊分析」及び、「須賀川南部地区への交通手段分析」の結果は以下のとおり。

### 須賀川市における分布・回遊分析

#### 須賀川市全域 (大字数:144)

= 滞在者数(性・年代別) =



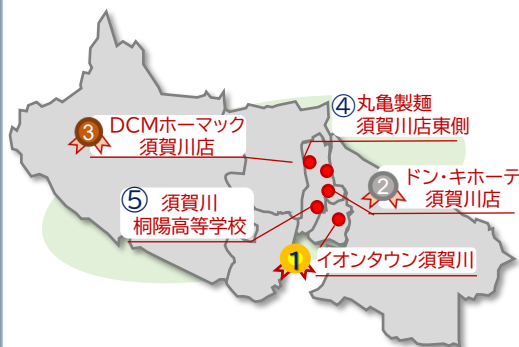
男女とも『40代・60代』が  
全体の**55%以上**を占める

= 滞在者数(居住地別) =

| 順位 | 居住地(大字) | エリア         | 1日当たり<br>平均滞在数 | 割合(%) |
|----|---------|-------------|----------------|-------|
| 1  | 森宿      | ④ 新市内       | 7,834          | 15.4% |
| 2  | 和田      | ⑤ 旧市内       | 3,690          | 7.3%  |
| 3  | 池ノ下町    |             | 2,223          | 4.4%  |
| 4  | 江持      | ⑥ 浜田・小塩江・大東 | 1,752          | 3.5%  |
| 5  | あおば町    |             | 1,682          | 3.3%  |

上位5位で全体の**33.9%**を占める

= 滞在先ランキング(TOP5) =



| 順位 | 滞在先            | 割合(%) |
|----|----------------|-------|
| 1  | イオンタウン須賀川      | 7.5%  |
| 2  | ドン・キホーテ 須賀川店   | 6.5%  |
| 3  | DCMホームマック 須賀川店 | 4.2%  |
| 4  | 丸亀製麺 須賀川店東側    | 3.3%  |
| 5  | 須賀川 桐陽高等学校 ※   | 3.3%  |

※須賀川 桐陽高校周辺には、カワチ薬品、焼肉きんぐ、TSUTAYA等の施設が存在

上位5位の内、**4施設**が「**新市内地区**」である

**④ 新市内地区**  
平均滞在者数/日 **14,423**

**⑤ 旧市内地区**  
平均滞在者数/日 **13,996**

**⑥ 浜田・小塩江・大東地区**  
平均滞在者数/日 **13,418**

**① 長沼・岩瀬地区**  
平均滞在者数/日 **3,879**

**② 仁井田・西袋地区**  
平均滞在者数/日 **3,553**

**③ 稲田地区**  
平均滞在者数/日 **1,449**

#### ⑤ 旧市内地区 【中心市街地/須賀川南部地区を含む】

平均滞在者数/日  
**13,996**

【男女比率】

男性 30% 女性 70%

【居住地】

| 居住地(大字) | 平均滞在<br>者数/日 | 割合<br>(%) |
|---------|--------------|-----------|
| 池ノ下町    | 2,223        | 15.9%     |
| 南町      | 1,352        | 9.7%      |
| 大町      | 1,192        | 8.5%      |

【滞在先】

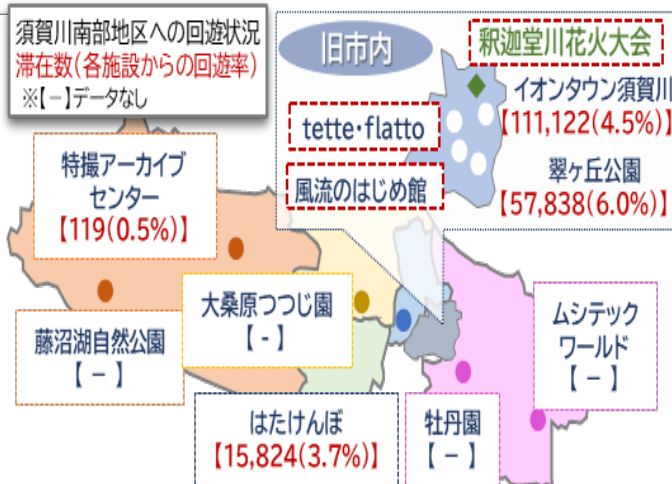
| 滞在先          | 割合<br>(%) |
|--------------|-----------|
| イオンタウン 須賀川   | 8.7%      |
| 丸亀製麺 須賀川店東側  | 8.4%      |
| ドン・キホーテ 須賀川店 | 6.0%      |

- 須賀川市全域において、男性が多く回遊している傾向があり、男女ともに40代/60代で全体の50%以上の回遊を占めている。
- 「森宿」、「和田」、「池ノ下町」、「江持」、「あおば町」の居住者が他エリアを多く回遊しており、また須賀川市民が多く滞在する施設として、「イオンタウン須賀川」、「ドン・キホーテ 須賀川店」、「DCMホームマック」等の大型商業施設となっている。

- 旧市内地区(中心市街地/須賀川南部地区含む)居住者の回遊は第2位であり、「池ノ下町」が最も多く、全体の15.9%を占めている。
- 男女比率においては、男性30%/女性70%と女性が多く回遊している傾向が見て取れる。

# ◆ 分析結果について(既存コンテンツ分析)

## 須賀川市内の観光施設11か所、釈迦堂川花火大会における来訪者及び市内回遊分析



■ tette / flatto

年間 371,686人

回遊状況

38,159

(1.0%)

冬 22%

春 24%

夏 22%

秋 32%

【男女比率】

男性 50%

女性 50%

|    | 男性  |        | 女性    |        |
|----|-----|--------|-------|--------|
| 1位 | 40代 | 38,767 | 70代 ~ | 54,761 |
| 2位 | 30代 | 36,452 | 60代   | 29,012 |
| 3位 | 50代 | 32,050 | 30代   | 28,037 |

■ 風流はじめ館

年間 131,374人

回遊状況

12,286

(9.3%)

冬

22%

春

25%

夏

27%

秋

26%

【男女比率】

男性 52%

女性 48%

|    | 男性  |        | 女性       |        |
|----|-----|--------|----------|--------|
| 1位 | 60代 | 15,401 | 70代<br>~ | 14,965 |
| 2位 | 40代 | 14,705 | 40代      | 13,478 |
| 3位 | 50代 | 14,280 | 60代      | 10,988 |

■ 釈迦堂川花火大会

132,251人

夏  
100%

【男女比率】

男性 33%

女性 67%

|    | 男性   |       | 女性   |        |
|----|------|-------|------|--------|
| 1位 | 30代  | 9,143 | ~19才 | 48,472 |
| 2位 | ~19才 | 8,213 | 30代  | 9,462  |
| 3位 | 20代  | 7,828 | 40代  | 7,993  |

### 既存コンテンツ(観光施設等11か所)の回遊

- 既存コンテンツでは、商業施設への滞在者が多く、イオンタウン須賀川には年間約244万人の滞在者があり最も来訪が多い商業施設となっている。
- イオンタウン須賀川店との回遊は、①翠ヶ丘公園 ②tette/flatto ③はたけんぼ ④風流のはじめ館 ⑤牡丹園 ⑥大桑原つつじ園 ⑦藤沼湖自然公園の順に多い。
- ドン・キホーテ須賀川店との回遊は、①イオンタウン須賀川 ②翠ヶ丘公園 ③はたけんぼ ④ tette/flatto ⑤風流のはじめ館 ⑥特撮アーカイブセンター ⑦藤沼湖自然公園、⑧牡丹園からの回遊性が高い。
- DCMホームマックとの回遊は、①イオンタウン須賀川 ②はたけんぼ、③ tette/flatto ④翠ヶ丘公園 ⑤風流のはじめ館 からの回遊性が高い。
- 牡丹園からの回遊先は、水野スポーツセンター(バレーボールセンター)となっている。
- 四季別の来訪状況では11か所中8か所において、冬が最も少ない

### 南部地区エリアへの回遊

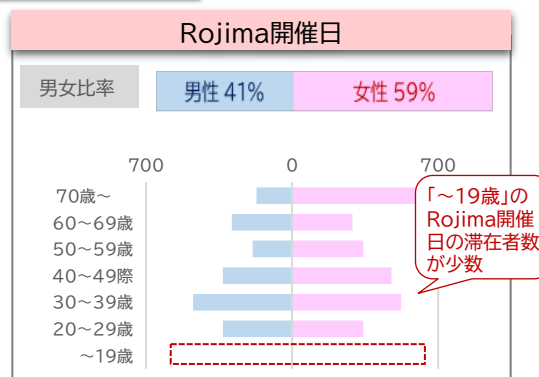
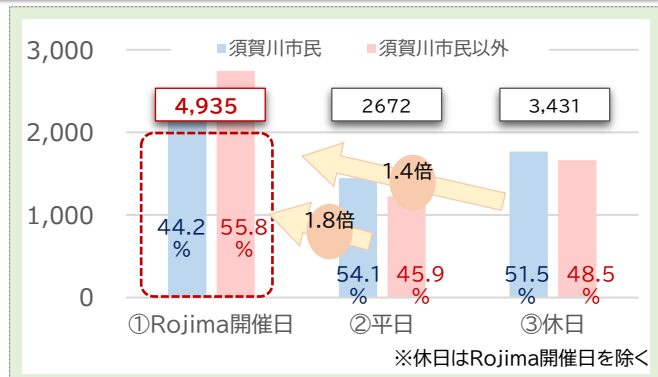
- 南部地区への回遊は、イオンタウン須賀川に来訪した人の回遊が最も多く、年間約11.1万人が回遊している。次に ②翠ヶ丘公園 ③tette/flatto、④ はたけんぼ ⑤風流のはじめ館 ⑥特撮アーカイブセンターとの回遊がある。
- 牡丹園や、大桑原つつじ園、藤沼湖自然公園、ムシテックワールドからは、南部地区エリアへの回遊データがない。

### 「魅力あるコンテンツを増やす」ための基礎データとして活用

- ①既存のコンテンツの磨き上げ(来訪者のCSは/アンケート取得等?)
- ②新たなコンテンツの発掘(不足しているコンテンツの洗いだし)
- ③南部エリアへの回遊に向けた施策立案
- ④居住地判定から来訪のPR施策に活用

# ◆ 分析結果について(既存コンテンツ分析)

## マルシェイベント「Rojima(ロジマ)」の分析



休日のイベント開催の集客力(ポテンシャル)を実証

イベントの更なる充実により休日における滞在者数の増加が期待される

イベント開催日に周辺店舗が営業することでビジネスチャンスの拡大と回遊性の向上が期待される

エリアの魅力(休日に訪れたくなるイメージ)の醸成

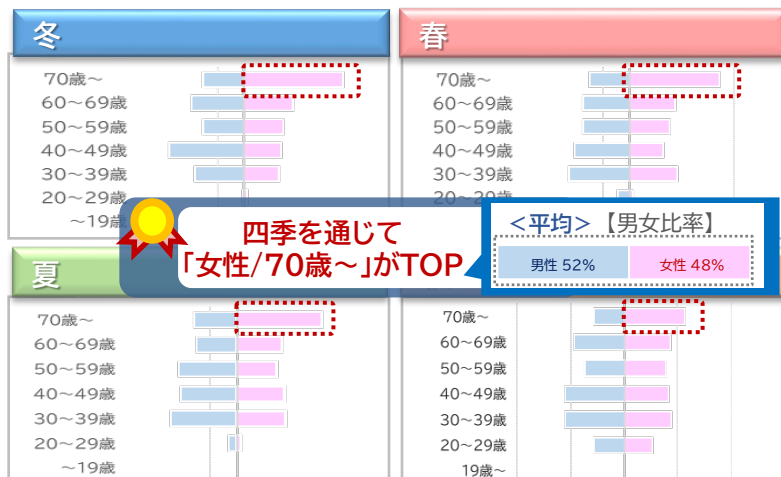
- 「Rojima」開催日の1日あたりの平均滞在者は4,935人であり、「平日」の1.8倍、「休日」の1.4倍となっている。また「Rojima」開催日における滞在者の居住地は、「須賀市民/44.2%」「須賀川市民以外/55.8%」となっており、男女比率においては、男性41%、女性59%と女性の割合が高くなっている。
- これらから、休日のイベント開催による集客ポテンシャルは十分にあり、イベントの更なる充実や近隣店舗との連携により、エリア全体の魅力や回遊性の向上に繋がることが推測される。

## 公共施設・空間を活用した魅力創出 tette



- 『tette』の滞在者について、年間/四季別、性・年代別で分析すると、男女比率では、男性/52%、女性/48%で男性の来訪者が4ポイント高く、年間を通し「女性では、70歳代」がTOP、次に冬を除く男性・女性とも30代の来訪が多くなっていることから、子育て世代の利用ニーズがあると推測される。
- コンテンツを見てみると、70代の女性に人気がある、『からだ向き合う体操法』や『ヨガ』『フラダンス』等のスクールが充実している。また、30代の親子向けのイベント(『おやこでけん玉 教室』『冬の星空プラネタリウム』)等も充実していることがわかります。
- 本データを活用し、来訪者が少ない世代にマッチした魅力あるコンテンツ開拓へと繋げることで、公共施設『tette』の空間を活用した魅力創出につなげる事が可能。

### tette 季節/性・年代別滞在者数(2020年11月～2021年10月)



### tette スクール・イベント開催情報

<スクール・イベント開催情報(抜粋)> 2020年11月～2021年10月の期間においてtetteHPより引用

|      |                         |   |
|------|-------------------------|---|
| スクール | からだ向き合う体操法              | 春 |
|      | GoTo健康生活セミナー            | 春 |
|      | リラックスヨガ                 | 夏 |
|      | フラダンス教室                 | 夏 |
|      | 災害対応キャンプ(男性のみ)          | 秋 |
| イベント | tetteシネマ                | 秋 |
|      | 市民大学(岩根愛さん講演)           | 冬 |
|      | tette de HALLOWEEN 2021 | 冬 |
| 親子向け | おやこでけん玉教室               | 冬 |
|      | 冬の星空プラネタリウム             | 冬 |
|      | tette ライブラリーシネマ         | 春 |
|      | 紙ヒコーキ飛ばし大会              | 夏 |

滞在者数 × イベント開催情報 = 魅力あるコンテンツ 充実へと繋げる

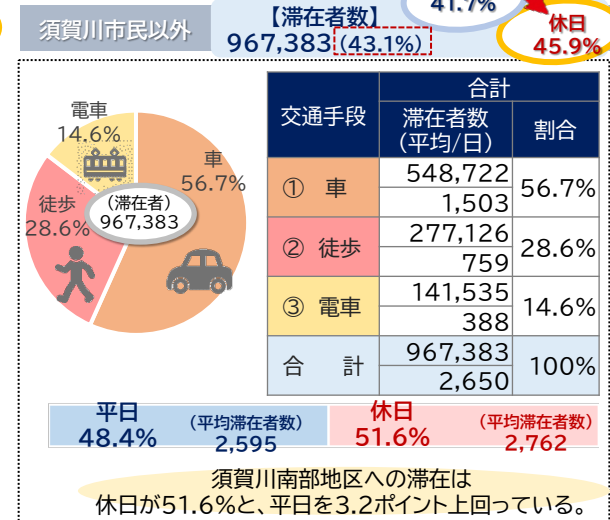
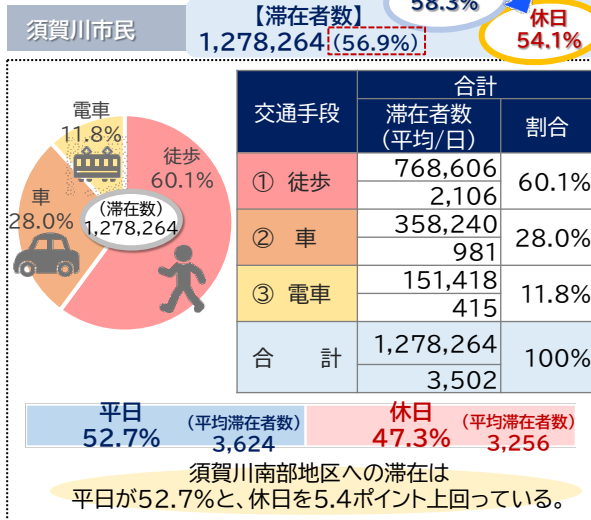
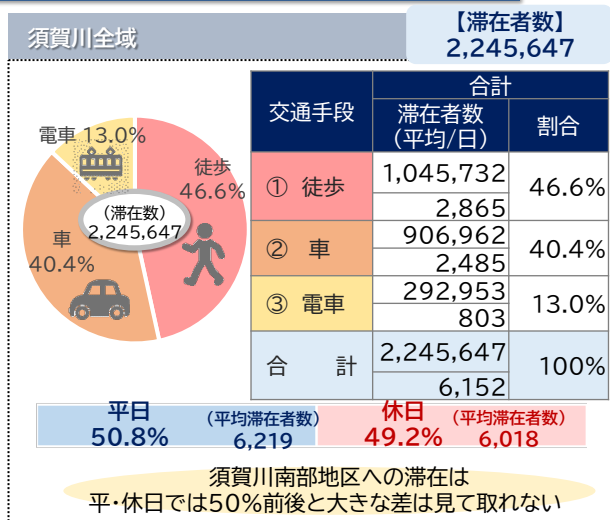
女性/70歳～  
スクール系コンテンツ  
(講座等)の更なる充実

男性・女性/全世代  
須賀川市や福島県にゆかりの  
あるコンテンツの充実

男性・女性/30代・40代  
親子向けスクール・イベントの充実

# ◆ 分析結果について(交通ネットワーク分析)

## 須賀川南部地区への交通手段分析

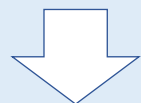


- 須賀川南部地区への滞在者数は224.5万となっており、「徒歩」が46.6%と最も多く、次いで「車」が40.4%である。
- 滞在者の居住地においては、「須賀川市」が56.9%、「須賀川市外」が43.1%であるが、平・休日別に見ると、休日に須賀川市外の割合が4.2ポイント上昇している。

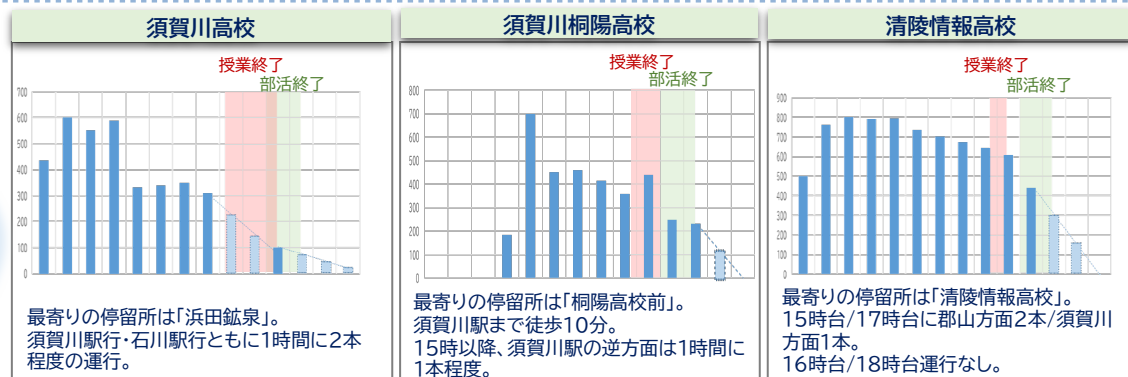
## 須賀川市内の高等学校における交通NW分析

須賀川市の路線バス22系統のうち10系統が通学路線としての機能を果たしている。しかし下校時間とバスの運行ダイヤが合っておらず、高校生の通学手段として「車(家族等の送迎)」も約6割を占める

※須賀川市地域公共交通網形成計画(高校生へのアンケート調査)より引用



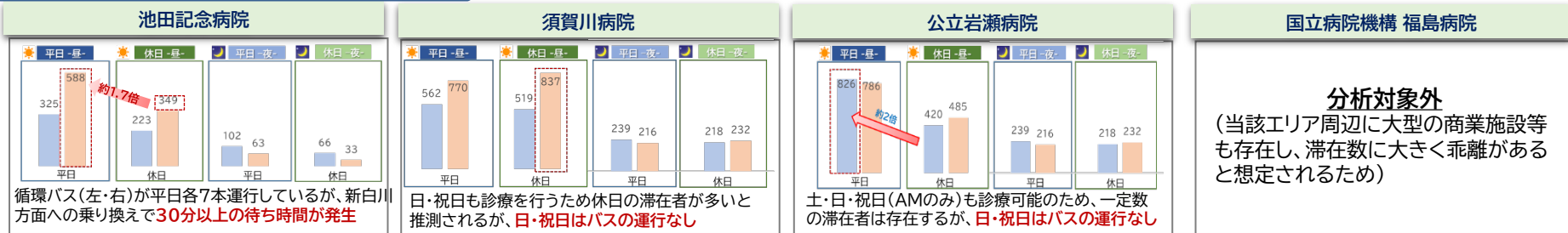
高校生の通学実態・ニーズに合った  
路線バスや市内循環バスの維持・確保が必要



- 3つの高校周辺エリアの滞在者数をそれぞれ分析した結果、15時以降に滞在者数が減少する傾向が見取れ、授業及び部活動が終了しているものと推測される。
- 各高校の最寄り停留所の運行ダイヤと照らし合わせると、15時以降は1時間に1本程度の路線が多く、クラブ活動を行う生徒の帰宅手段が限られている。更に一部路線においては、約2時間の待ち時間が必要となる路線も存在している。

# ◆ 分析結果について(交通ネットワーク分析)

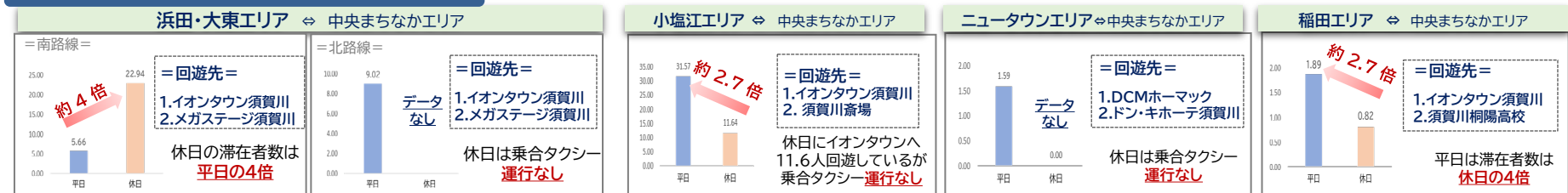
## 医療施設



- 医療施設によって平日・休日で滞在者数の傾向に違いはあるものの、JR須賀川駅の発着電車と循環バスの乗り継ぎ状況を見てみると、新白河方面への乗り継ぎにおいて待ち時間が30分以上の時間帯も存在。また休日においても、バスの運行がない区間もあるため、車を持たない高齢者などへの対応が急務であると推測される。

## 乗り合いタクシー

※「東山エリア ⇄ 中央まちなかエリア」は取得データなし



- 乗合タクシー利用者の回遊先は、大型商業施設であるイオンタウン須賀川、メガステージ須賀川、DCMホームマック、ドン・キホーテ須賀川や須賀川斎場等となっている。高齢者が日常購買のために乗合タクシーを利用していることが推測される。
- 現状、平日のみの運行であり、浜田・大東エリア南路線では、休日60歳以上の滞在者数が平日の4倍となっていることから、需要がある路線では休日運行の検討が必要と推測される。
- 休日に乗合タクシーが運休しているためデータが取得されていないエリアもあり、乗合タクシーの運行が回遊数に多く影響を与えていることが見て取れる。

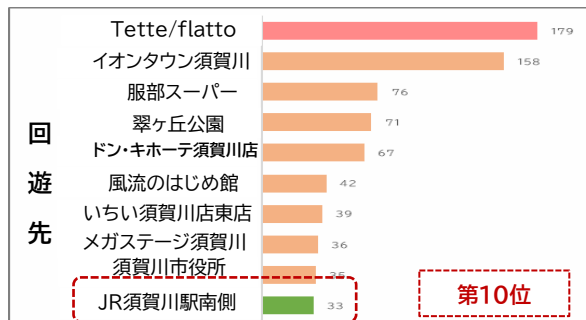
## 二つの玄関口を連携させた回遊性の向上

須賀川駅周辺エリア 滞在者数/日  
平日…5,419人 休日…5,550人



市役所周辺エリア 滞在者数/日  
平日…1,278人 休日…1,248人

### 市役所周辺エリア滞在者の回遊先(TOP10)



### 回遊先 第10位

市役所周辺エリア

須賀川駅周辺エリア

※回遊先1位  
【tette/flatto】

2つの玄関口の回遊性は低い

2つの玄関口の回遊性を高める  
“コンテンツ作り”が必要

- 2つの玄関口の回遊性については、市役所周辺エリアから須賀川駅周辺エリアへの回遊が約4%となっている
- 現時点で回遊性が高いとは言えない状況であり、今後2地点間の往来を促進させる施策・コンテンツの充実が急務である。

## ◆ 分析結果について(消費動向分析)

- 須賀川市内6地区における消費動向については、利用件数、利用金額ともに須賀川南部地区エリアを含む⑤旧市内地区が13,206件／1.1億円でTOPとなっている。次いで、④新市内地区、⑥浜田・小塩江・大東地区と続き、②仁井田・西袋地区での消費が最も少ない状況が見て取れる。

### 須賀川市全域

#### 利用金額・件数

232,609

(千円)

27,819

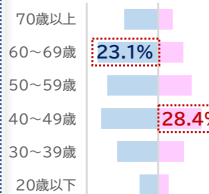
(件)

平均単価

8,362円

#### 性・年代

男性 63.1% 女性 36.9%



#### 居住地

| 都道府県名   | 利用金額 (千円) |
|---------|-----------|
| 1 須賀川市外 | 103,855   |
| 2 須賀川市内 | 94,260    |
| 3 東京都   | 9,580     |
| 4 神奈川県  | 3,872     |
| 5 埼玉県   | 3,685     |

福島県 85.2% (198,114千円)

#### 利用業種

| 利用業種          | 利用金額 (千円) |
|---------------|-----------|
| 1 その他小売       | 42,783    |
| 2 家電量販店       | 38,708    |
| 3 レジャー (*1)   | 38,482    |
| 4 ドラッグストア     | 25,742    |
| 5 ホテル・旅館 (*2) | 25,724    |

(\*1) レジャー (ゴルフ、映画、カラオケ等)  
(\*2) オンライン含む

### ① 長沼・岩瀬地区

利用金額・件数  
16,263(千円)  
1,999(件)

#### 【男女比率】

男性 85% 女性 15%

#### 【居住地】

| 順位 | 都道府県名      | 利用金額 (千円) |
|----|------------|-----------|
| 1  | 福島県(須賀川市外) | 11,408    |
| 2  | 福島県(須賀川市内) | 2,332     |
| 3  | 東京都        | 565       |

#### 【業種】

| 業種                 | 割合 (%) |
|--------------------|--------|
| レジャー(ゴルフ、映画、カラオケ等) | 90.4%  |
| 病院・クリニック           | 4.2%   |
| ホームセンター            | 3.2%   |

### ② 仁井田・西袋地区

利用金額・件数  
1,649(千円)  
236(件)

#### 【男女比率】

男性 62% 女性 38%

#### 【居住地】

| 順位 | 都道府県名      | 利用金額 (千円) |
|----|------------|-----------|
| 1  | 福島県(須賀川市外) | 930       |
| 2  | 福島県(須賀川市内) | 156       |
| 3  | 東京都        | 135       |

#### 【業種】

| 業種              | 割合 (%) |
|-----------------|--------|
| 飲食店・レストラン       | 60.2%  |
| ホテル・旅館(オンライン含む) | 39.8%  |
| -               | -      |

### ③ 稲田地区

利用金額・件数  
18,152(千円)  
218(件)

#### 【男女比率】

男性 61% 女性 39%

#### 【居住地】

| 順位 | 都道府県名      | 利用金額 (千円) |
|----|------------|-----------|
| 1  | 東京都        | 5,392     |
| 2  | 福島県(須賀川市外) | 4,525     |
| 3  | 埼玉県        | 2,055     |

#### 【業種】

| 業種              | 割合 (%) |
|-----------------|--------|
| ホテル・旅館(オンライン含む) | 100.0% |
| -               | -      |
| -               | -      |

### ④ 新市内地区

利用金額・件数  
56,404(千円)  
9,799(件)

#### 【男女比率】

男性 46% 女性 54%

#### 【居住地】

| 順位 | 都道府県名      | 利用金額 (千円) |
|----|------------|-----------|
| 1  | 福島県(須賀川市内) | 34,169    |
| 2  | 福島県(須賀川市外) | 19,061    |
| 3  | 東京都        | 849       |

#### 【業種】

| 業種         | 割合 (%) |
|------------|--------|
| ドラッグストア    | 25.8%  |
| ディスカウントストア | 23.1%  |
| その他小売      | 17.7%  |

### ⑤ 旧市内地区

利用金額・件数  
116,363(千円)  
13,206(件)

#### 【男女比率】

男性 62% 女性 38%

#### 【居住地】

| 順位 | 都道府県名      | 利用金額 (千円) |
|----|------------|-----------|
| 1  | 福島県(須賀川市内) | 55,154    |
| 2  | 福島県(須賀川市外) | 50,472    |
| 3  | 東京都        | 1,986     |

#### 【業種】

| 業種      | 割合 (%) |
|---------|--------|
| 家電量販店   | 33.3%  |
| その他小売   | 28.2%  |
| ドラッグストア | 9.6%   |

### ⑥ 浜田・小塩江・大東地区

利用金額・件数  
23,778(千円)  
2,361(件)

#### 【男女比率】

男性 94% 女性 6%

#### 【居住地】

| 順位 | 都道府県名      | 利用金額 (千円) |
|----|------------|-----------|
| 1  | 福島県(須賀川市外) | 17,459    |
| 2  | 福島県(須賀川市内) | 2,384     |
| 3  | 宮城県        | 996       |

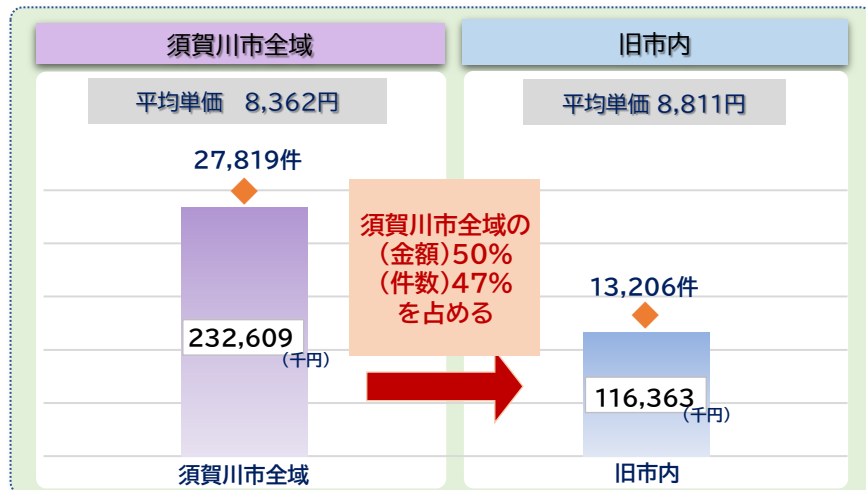
#### 【業種】

| 業種                 | 割合 (%) |
|--------------------|--------|
| レジャー(ゴルフ、映画、カラオケ等) | 100.0% |
| -                  | -      |
| -                  | -      |

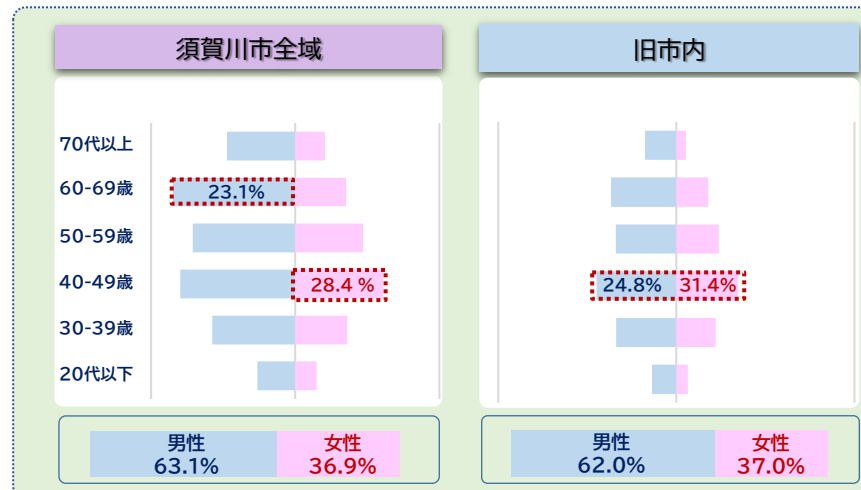
# ◆ 分析結果について(消費動向分析)

## 須賀川市内における消費動向分析

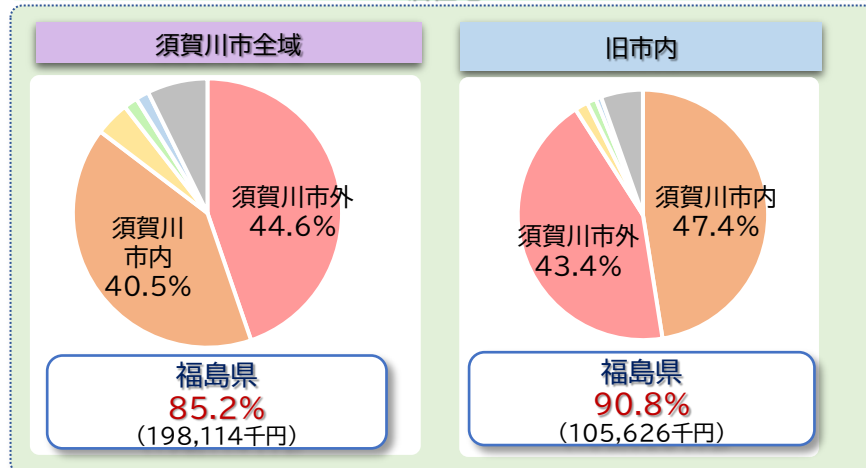
### 利用金額・件数



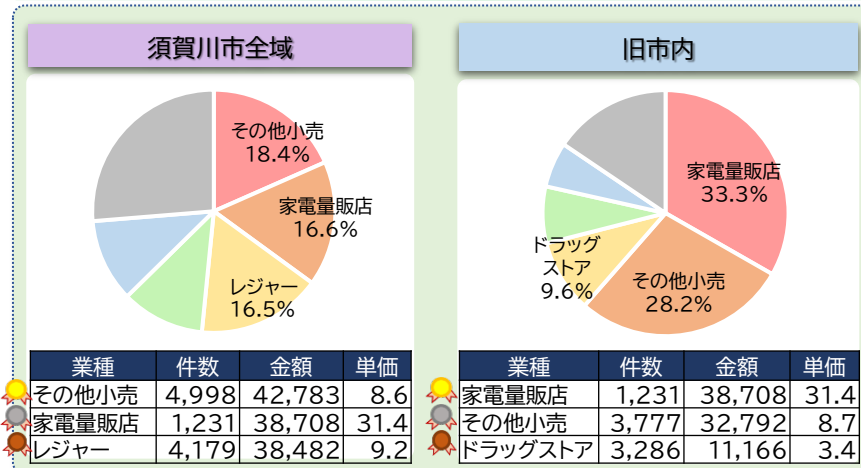
### 性・年代



### 居住地



### 利用業種



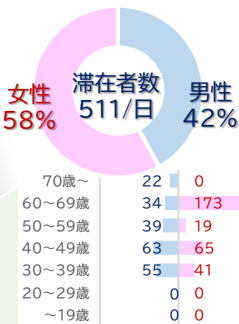
- 須賀川市全域における利用件数・利用金額は27,819件／2.3億円となっており、その内旧市内の利用が件数で47%、金額で50%を占めている。
- 男女比率においては、須賀川市全域及び、旧市内ともに男性が60%を超え、男性の消費傾向が強く、年代別に見ると、全域では60代男性の利用金額が最も多く、旧市内では40代男性がTOPとなっている。女性においては全域・旧市内ともに40代の利用金額が最も多い。
- 居住地別での比較においては、全域では福島県(須賀川市内+須賀川市外)の占める比率が85.2%に対し、旧市内においては福島県で90.8%を占める。また、全域では須賀川市外が44.6%でTOPとなっているが、旧市内では須賀川市内が47.4%でTOPとなっており、旧市内エリアは、須賀川市内の中でも市民の消費傾向が強いことが分かる。
- 業種別では須賀川市全域においては「その他小売」がTOPとなっているが、旧市内においては家電量販店が33.3%でTOP。また旧市内においては「レジャー(ゴルフ・映画・カラオケ等)」の利用は見取れない。

## ◆本分析結果に基づく須賀川南部地区等の現状及び傾向

**KPI ①** 須賀川南部地区への回遊

| 順位 | 居住地(大字) | 滞在数/日 | 割合    |
|----|---------|-------|-------|
| 1  | 大町      | 650   | 10.1% |
| 2  | 八幡町     | 641   | 9.9%  |
| 3  | 東町      | 558   | 8.6%  |
| 4  | 森宿      | 531   | 8.2%  |
| 5  | 宮先町     | 371   | 5.7%  |
| 6  | 和田      | 275   | 4.3%  |
| 7  | 馬町      | 260   | 4.0%  |
| 8  | 南町      | 234   | 3.6%  |
| 9  | 江持      | 219   | 3.4%  |
| 10 | 並木町     | 188   | 2.9%  |

TOP10で全体の61%を占める

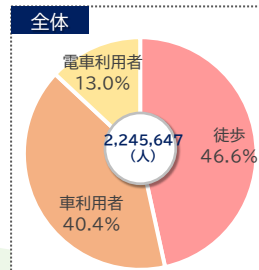


**南部地区(4メッシュ)  
内の回遊先**

- 1 須賀川市池上  
(Tette/翠ヶ丘公園)
- 2 須賀川市八幡  
(市役所)
- 3 須賀川市加治  
(服部スーパー)
- 4 須賀川市本町  
(風流のはじめ館)

南部地区へ最も訪れて  
いるのは「大町」居住者、  
60代女性が最多

**KPI ② 須賀川南部地区への交通手段**



■ 南部地区への交通手段は「徒歩」が**47%**で最も多く、  
須賀川市民の占める割合は**57%**  
平日と比較し休日の方が須賀川市外からの来訪が増加する傾向

■ 須賀川市民  
「徒歩」が最も多く60%  
滞在者数は平日＞休日

■ 市民以外  
「車利用者」が最も多く57%  
滞在者数は休日>平日

➡ 平日は市民が徒歩で、休日は市外から車で来訪・滞在される傾向が高く「ウォカブル」なまちのポテンシャルが高い



## キャッシュレスによる消費動向

|          | 市全域   | 旧市内   |
|----------|-------|-------|
| 利用<br>件数 | 2.8万件 | 1.3万件 |
| 利用<br>金額 | 2.3億円 | 1.2億円 |

旧市内  
エリア  
(南部地区を含む)

須賀川市内の消費の約半分を占める

- **福島県民の消費が全体の91%**  
【約1億円】(内、須賀川市民が47%)
- 単金は須賀川市民**7.7千円**に対して  
須賀川市民を除く福島県民が**10.4千円**
- 男女比率は凡そ**6:4**  
男女ともに**40代**の消費が多い
- 業種別では**家電量販店が全体の33.3%**  
を占める一方、施設情報(件数)が多数ある  
理美容院における利用実績はない

**業種別**

| 業種      | 割合    |
|---------|-------|
| 家電量販店   | 33.3% |
| その他小売   | 28.2% |
| ドラッグストア | 9.6%  |
| ホームセンター | 7.5%  |
| ホテル・旅館  | 5.9%  |
| その他     | 15.5% |

116,363 (千円)

**TPDB施設情報**  
393業種 / 1,192件

| 順位 | 業種  | 件数 |
|----|-----|----|
| 1  | 美容院 | 44 |
| 2  | 理容店 | 22 |

↑利用実績なし↑

**TPDB施設情報**  
【電器店】12件



# ◆本分析結果から見たことおよび示唆

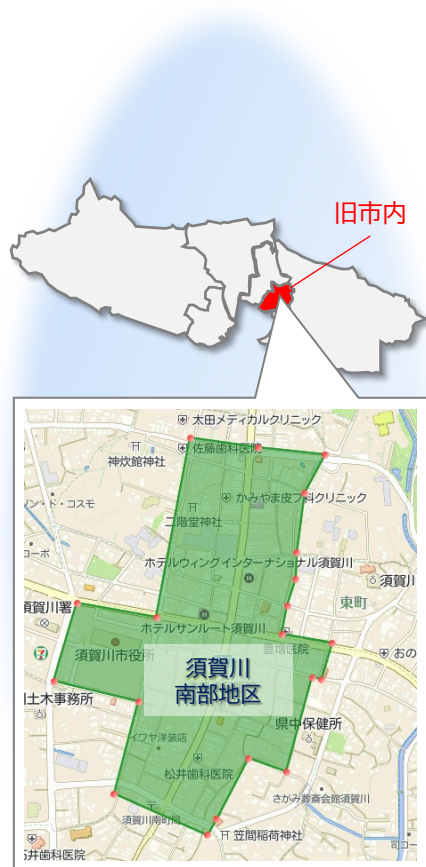
| 分析内容                                                     | 結果(見たこと)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 示唆(方向性・施策例)                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>中心市街地の分布・回遊分析</b><br>訪れたい魅力ある市街地の確立                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・須賀川市民において、最も市内を回遊しているのは大字『森宿』居住者であり、中心市街地へ最も滞在しているのは大字『大町』居住者(次いで『森宿』『八幡町』)で、いずれも『旧市内エリア』に該当する近隣住民</li> <li>・市全域においては、男女とも40代の回遊が最も活発だが、中心市街地や南部地区においては60代女性の回遊が活発</li> <li>・須賀川市民の回遊先は、『イオンタウン須賀川』『ドン・キホーテ須賀川店』『DCMホームマック須賀川店』がTOP3(市内回遊の約20%)</li> <li>・南部地区のコンテンツである『tette/flatto』『風流のはじめ館』は、70歳以上の女性の滞在が最も多く、消費ポテンシャルがある</li> <li>・『イオンタウン須賀川』『翠ヶ丘公園』は市内で有数の集客力のあるコンテンツであり、『須賀川南部地区』との回遊性も高いが、それ以外では回遊性が高いとは言えない</li> <li>・Rojima開催日は、開催日以外の休日、平日と比較しそれぞれ1.4倍、1.8倍の滞在者数であり、休日の集客ポテンシャルがある</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 幅広いエリアでの市内回遊を促すため、『旧市内エリア』以外からの回遊を促す交通手段の整備やプロモーションの展開</li> <li>■ 『旧市内エリア』『新市内エリア』以外のエリアにおける回遊性の高いコンテンツの充実</li> </ul>                                              |
| <b>既存コンテンツへの滞在者分析</b><br>魅力あるコンテンツを増やす・休日に訪れたいエリアイメージの確立 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・南部地区のコンテンツ『tette』のあるメッシュへの滞在者は年間を通じてシニア世代の女性、子育て世代の男女が多く、オープンデータである『tette』のスクール・イベント開催情報と合致している</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 人気のある『イオンタウン須賀川』～『翠ヶ丘公園』～『南部地区』周辺のコンテンツ充実、+αの回遊プランの策定及びプロモーション</li> <li>■ 現状のRojima開催日以外の休日に新たなイベント等の立案</li> <li>■ イベントと連動した周辺店舗の臨時営業等、近隣の事業者も巻き込んだ施策展開</li> </ul> |
| <b>新たな挑戦による魅力の向上</b><br>新規店舗の誘導による魅力創出・公共施設/空間を活用した魅力創出  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ シニア・子育て世代向けのスクール・イベントの更なる充実、現在滞在の少ない世代向けのイベント実施及びプロモーションの検討</li> </ul>                                                                                             |
| <b>中心市街地への交通手段分析</b><br>回遊性の向上                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・南部地区への交通手段においては、須賀川市民は「徒歩」が最も多く60%、須賀川市民以外は「車利用者」が57%で最多</li> <li>・平日は須賀川市民、休日は須賀川市民以外の滞在が多い傾向</li> <li>・乗り合いタクシーにおいては、『浜田・大東エリア』⇄『中央まちなかエリア』の回遊ニーズが運休時の方が高いと推測される</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 南部地区内における徒歩での回遊性を高めるコンテンツの開発・充実及びそのプロモーション</li> <li>■ 『浜田・大東エリア』における乗合タクシーの休日運行を試行実施</li> </ul>                                                                    |
| <b>中心市街地における消費動向分析</b><br>消費購買行動の促進                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・南部地区を含む旧市内エリアは、市全域のキャッシュレスによる消費のおよそ半数(件数・金額とも)を占める</li> <li>・須賀川市民の利用金額は全体の47%、福島県民で全体の90%以上を占めるが、須賀川市民の単金は低く、日常の買い物でも利用されていることが推測される</li> <li>・男女比率は6:4で、男女とも40代の消費が活発</li> <li>・業種では『家電量販店』が30%以上を占めるが、施設件数の多い理美容院での利用実績がない</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 南部地区の回遊の多い60代や、『tette/flatto』等の滞在の多い70代の消費を高める新規店舗の誘致やコンテンツの開発促進</li> <li>■ 利用実績の少ない理美容院等の業種へキャッシュレスの導入促進及び利用増加に資するキャンペーン等の実施</li> </ul>                           |

- 本事業における分析では、人流データに加えて消費額データ、施設情報を活用し、須賀川南部地区を中心に現状・傾向等を探ってきたが、ビッグデータの収集・活用により、**従前の印象や感覚的であったものをファクトとして確認できた点、新たに明らかになった点**の両面があった。
- また、**複数のデータを分析することで、多角的な視点で施策展開までのシナリオを検討することが可能**となっている。  
 【例:南部地区においては、人流データでは60～70代女性が多く滞在中の消費額は少ない ⇒ **当該エリアで70代の更なる消費ポテンシャルがある**】
- 本分析結果を基礎データとして、関係するステークホルダーの知見も取り入れながら、上記に挙げたような施策等を実施していくことで、エリア全体の回遊性の向上等により、『**ウォーカブルなまちなか**』の実現に寄与できるものと考えます。

# ◆中心市街地の活性化に向けた施策(案)

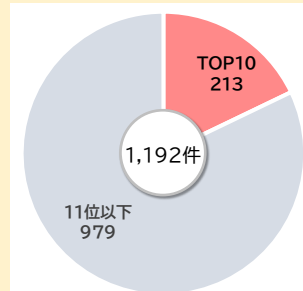
## 新規店舗の誘導による魅力創出

- 須賀川南部地区の滞在者においては、男性では40代が20.4%でTOP、女性では70歳以上が25.6%でTOPとなっている。
- 消費動向と比較すると、男性は同様の傾向にあるものの、女性では70歳以上の消費は4.9%と少ない状況。
- 現状の施設情報や滞在者属性、消費動向を踏まえてポテンシャルの高い業種の店舗を誘致することにより、須賀川南部地区の活性化に貢献することが可能。



### 施設情報

#### ■ 須賀川南部地区を含む旧市内における施設情報(TPDB)

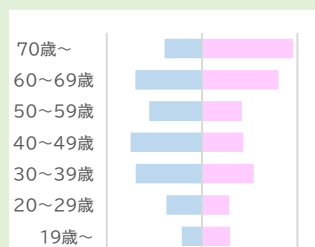


| 順位 | 業種     | 件数 | ※ 消費額のTOP5に該当する施設 |
|----|--------|----|-------------------|
| 1  | 美容院    | 44 |                   |
| 2  | スナック   | 37 |                   |
| 3  | 理容店    | 22 |                   |
| 4  | 薬局     | 17 |                   |
| 5  | 不動産取引  | 16 |                   |
| 6  | 居酒屋    | 16 |                   |
| 7  | 市区町村機関 | 16 |                   |
| 8  | 歯科     | 16 |                   |
| 9  | 飲食店    | 15 |                   |
| 10 | 塾・進学教室 | 14 |                   |

| 業種                                                            | 件数 |
|---------------------------------------------------------------|----|
| 電器店                                                           | 12 |
| 自動車販売(8件)<br>家具店(3件)<br>インテリア店(3件)<br>雑貨店(3件)<br>スポーツショップ(2件) | 19 |
| 薬局(17件)<br>薬店(3件)                                             | 20 |
| ホームセンター                                                       | 2  |
| ホテル(2件)<br>ビジネスホテル(2件)                                        | 4  |

### 人流データ

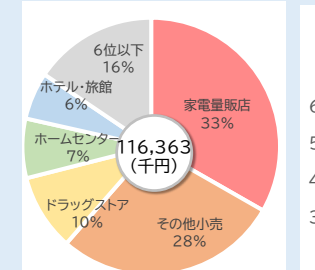
#### ■ 須賀川南部地区における滞在者数(混雑統計®)



| 【男女比率】 |           | 50%   |           | 50%   |  |
|--------|-----------|-------|-----------|-------|--|
| 年代     | 男性        |       | 女性        |       |  |
| 70歳～   | 118,518   | 10.7% | 286,392   | 25.6% |  |
| 60～69歳 | 209,652   | 19.0% | 239,941   | 21.5% |  |
| 50～59歳 | 166,317   | 15.1% | 125,272   | 11.2% |  |
| 40～49歳 | 225,342   | 20.4% | 129,054   | 11.5% |  |
| 30～39歳 | 208,772   | 18.9% | 163,099   | 14.6% |  |
| 20～29歳 | 112,226   | 10.2% | 84,999    | 7.6%  |  |
| ～19歳   | 63,612    | 5.8%  | 88,704    | 7.9%  |  |
| 計      | 1,104,439 | 100%  | 1,117,461 | 100%  |  |

### 消費額データ

#### ■ 須賀川南部地区を含む旧市内における消費動向(Custella)



|        | 男性     |       | 女性     |       |
|--------|--------|-------|--------|-------|
| 70歳以上  | 7,074  | 9.8%  | 2,172  | 4.9%  |
| 60～69歳 | 14,654 | 20.3% | 7,206  | 16.3% |
| 50～59歳 | 13,603 | 18.8% | 9,530  | 21.6% |
| 40～49歳 | 17,918 | 24.8% | 13,871 | 31.4% |
| 30～39歳 | 13,485 | 18.7% | 8,829  | 20.0% |
| 20歳以下  | 5,468  | 7.6%  | 2,551  | 5.8%  |
| 計      | 72,202 | 100%  | 44,161 | 100%  |

### As Is

#### ■ 旧市内における施設情報

業種 第1位 美容院 44件  
第2位 スナック 37件  
第3位 理容店 22件

#### ■ 須賀川南部地区における回遊

男性 第1位 40代(20.4%)  
女性 第1位 70歳～(25.6%)

#### ■ 旧市内における消費動向

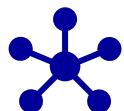
男性 第1位 40代(24.8%)  
女性 第1位 40代(31.4%)  
業種 第1位 家電量販店(33%)  
第2位 その他小売り(28%)

### To Be

施設情報・滞在者数・消費動向のデータを踏まえて、ポテンシャルの高い業種を新規店舗として誘致

【例】  
70歳以上の滞在者が多いが、消費額は少ないため、シニア世代の消費を促す店舗をTPDBの施設情報から、現状充実していない業種を選定し誘致する

# ◆ 本事業の結果を踏まえた今後の活動予定(須賀川南部地区エリアプラットフォームによるリーディングプロジェクト)



「行きやすい」をつくる

まちなかへのアクセシビリティの向上

①【**乗り合いタクシーのダイヤ・ルート見直しの試行**】既存公共交通サービス「**乗り合いタクシー**」の**運行ダイヤ・運行ルートの見直し・再編**の試行(休日運行の増加等)

②【**低未利用地を活用したフリンジパーキングとまちなかサービスとの連動**】Rojima開催時に駐車場が不足し渋滞が発生していることから、まちなかに散在する空き地・低未利用地を活用した**集約駐車場の整備**や、JR須賀川駅に近接した低未利用地を活用した**フリンジパーキングの整備**およびフリンジパーキングからまちまかまで人流をポンプアップする**スモールモビリティサービス**の検討

③【**須賀川駅～まちなか間の移動円滑化**】

□《公共交通の見直し》JR須賀川駅が混雑する高校生の登下校時間帯など、ピンポイントでの**既存路線バスのダイヤ見直し**の試行(運行時間配分)

□《民間主導の移動サービスの実装》駅～まちなか間をつなぐ**スモールモビリティサービスやシェアリングサービスによる「移動の選択肢」を充実**。

EX)チャイルドシート付電動シェアサイクル、商用車の休日カーシェア、超小型EV車など、必要に応じて社会実験を実施し導入を検討



チャイルドシート付電動自転車



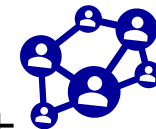
小型EV車のカーシェアリング



トヨタの小型EV車

優先度  
高

時間をかけた  
取り組み



「巡りたくなる」を育てる

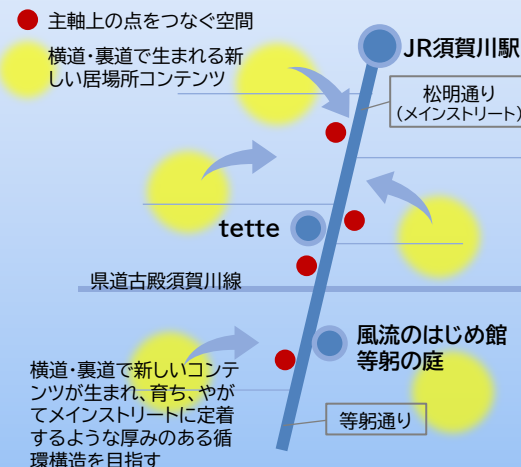
まちなかでのウォーカビリティの向上

①【**小規模多業種～まちなかサービスの多様性強化**】現状最も多い業種が「美容院・スナック・理容店」であり前後行動が起きにくい業種であることから、誘導施設(飲食店、小売店、本屋等)を積極的に誘導し、**時間消費を促す「小規模多業種化」**を進める。

- 低未利用地を活用したコンテナショップの設置
- 子どもたちの居場所となるコミュニティスペースの設置
- 空き家空き店舗をリノベーションしたまちづくり会社によるサブリースの推進
- ビジネスコンテスト等による新しい挑戦者・サービス提供者の発掘・誘致・獲得

②【**線の都市空間づくり～松明通り(メインストリート)沿いでの「アクティビティが見える」空間形成**】稼働率が高く来街目的になっているtette(須賀川市民交流センター)を起点とした**回遊需要を掘り起こす**ために、メインストリート沿いの低未利用地や広場の徹底活用、グランドレベルの建物のリノベーション時における「空間のオープン化」等、**「活動が見える空間づくり」**を進める。

③【**面の回遊環境づくり～横道・裏道など「奥」への誘い**】景観整備が進みながらも低未利用地や空き店舗の多い**横道・裏道などを「チャレンジエリア」に設定**し、Rojima出店者の常設店舗や学生等によるコミュニティレジデンスなど、**メインストリートとは異なる「居場所感」創出**する。



## ◆ 広報活動の実施概要及び実施結果

### <実施概要>

2022年3月2日13:00－16:00

### 『須賀川南部地区まち育てフォーラム2022』

(YouTube LIVEによるオンラインライブ配信形式)



### <実施結果>

- 会場参加者30名(関係者)
- オンライン視聴者112名 (国交省・自治体43名、民間企業50名 他)



### <開催の告知>

- 東北地方整備局から管轄県へ広報し、各県から管内市町村へ周知
- 国土交通省官民連携まちづくりポータルサイトへの掲載  
[https://www.mlit.go.jp/toshi/toshi\\_machi\\_tk\\_000047.html](https://www.mlit.go.jp/toshi/toshi_machi_tk_000047.html)
- 須賀川市記者クラブ(新聞社13社、テレビ局5社、ラジオ局3社)への取材および記事掲載依頼
- 須賀川市公式Facebook・公式LINEへの掲載
- 日本都市計画学会メールニュースでの拡散  
[mail-news@cpj.or.jp](mailto:mail-news@cpj.or.jp)
- 独立行政法人都市再生機構のHPへの掲載
- 独立行政法人都市再生機構公式Facebookへの掲載
- NTT東日本社内メールおよびNTT東日本から報道機関(新聞社3社(福島民報・福島民友・河北新報)、テレビ局5社(NHK・福島中央テレビ・福島放送・福島テレビ・テレビユー福島))への取材および記事掲載依頼
- 昭和株式会社公式Facebookへの掲載



### <実施結果から見た効果的広報手法>

- 関係者からの案内による申込みが最も多く、東北地方整備局からの広報や、構成員企業の各所広報が有効だった。
- 一般市民の参加によりビッグデータ活用に対する社会的意義や検討効果を広く共有するには、報道機関等の協力や、休日や夜間など多くの人が参加しやすい日時での開催、アンケート調査等を用いた意見聴取機会を通じた課題意識啓発等が必要。

ビッグデータ活用による  
旅客流動分析実証実験事業

ウォーカブルな中心市街地を  
形成するための人流分析  
および購買・消費分析

須賀川南部地区  
エリアプラットフォーム  
(福島県須賀川市)