

第2回マイクロジオデータ研究会 議事録（2011/10/16@鹿児島大学）

※パネルディスカッションの内容のみとなります。

Q（仙石）、まず斎藤先生と唐鎌先生に、データを細かくすることの意味とそうすることどういったことがわかるのかその必要性について？

A（唐鎌）、現場ではメッシュでされてたが、主に通り別で歩行者数とか関係するので、人の流れによりどのような影響があるのか、イベントで支援できるのか、ある程度現場で見て実際にどうなのかデータの蓄積により把握する。ただしそう何回もできない。天候（降灰とか）人の行動が左右されるので、ある程度頻度を上げて行う。

A（斎藤）、実際にどのように計測しなければできない。自分たちの政策がどうやって進展しているのか。実際に鹿児島は天文館だけでなく、12万の都市にベッドで入ってきている人も多い。だいたい67000～70000人。鹿児島中央駅ができたり三越がなくなったりどのように減ったり、逆にマリオガーデンができたことで戻ってきたのか、あるいはどのように変化があるのか。個々のマイクロデータをベースにフォローしていくいかがり、街の人たちに対して情報提供ができないし、市としても政策がアバウトになってしまふ。

Q（柴崎）、例えば回遊とか来ている人の情報以外にどのような情報があると政策がうまくいくか？中心市街地を活性化するにあたってどのような情報があるといいか？

A（唐鎌）、民間も含めて事業案を通じて、民間の事業者が何かをしようとなればターゲットどこにおいてどのようにするかを知ることが効果的で検討が必要。

鹿児島市では、斎藤先生の調査に加え空き店舗の調査や通行量調査をやってくが、それは年間の話し、そこには最低限のアンケート調査であり、最低限属性は聞くが（例えば季節毎にどのような変化があるか）細かいことは聞かない、場所に（例えば屋久島）来られる人しかわからない情報も色々あり、街並みがどのように変わっていくかを数値的に何らかの形であらわせることができれば、と期待している。

A（斎藤）、イベントの効果はどのように計測している。例えばイベントが無かつたら来ないのかということで識別し、出向頻度や回数を調査すると明確にわかる。どんな情報源で来たのか、普段着ていない人が来ていれば明確にわかる。どんな情報源で来たのか、経度くしてどんな情報提供かでいうと、個々の工業をマクロに売っているデータと連動して行うことで政策の効果がわかる。

Q（柴崎）、新しいデータについて

A（秋山）、混雑度マップ、携帯のGPSの情報から捉えられる。混雑度マップだとか、季節と条件により人の流れが変わるというのは期待できる。欠点は、皆が携帯を持っているわけではない。機種によっても差がある。しかし、おおざっぱではあるが全体の傾向を掴む

ことができる。

A（柴崎）、携帯のデータでかけているのは個人属性が無い。5分間のおきに24時間ではない。携帯電話の電池が持たないと端末が動かない。GPSは4時間くらいで死ぬ。とにかく持つて歩いていれば、イベントに本当に見に来たか。属性がないので、拡大することについて欠点も。PT一日の細かい属性がわかるため、どんな所に行くのか働くか等個人属性がわかれればゼンリンのデータと重ねて解析することで個人属性がわかるのでは。そうなると斎藤先生のデータを拡大すると全国毎日取れると、例えば天文館の入れ込みはどうか？どのような人を集めているのかわからないと役割分担ができない表層変換できない。

天文館はこれでいくべきだというのがわかる。個人属性がPTでわかるのかは、面白いネタではあるが。

A（斎藤）、ゼンリンの方から。伝統的なやり方で、例えば天文館で言うと店がつぶれている。環境側のデータは集めるのが難しい、調査するとき店は毎年変わるので毎年聞く。最近では、ファッション系はダメになってきている一方飲食系は増えている。実際ファッションの店でも女性か男性か歩いてみないとわからないけど歩いてみるとわかる環境と属性と運動した形で、人の動きと環境の運動からリアルタイムでわかるようになるとっと正確にわかってくる

A（新名）、地区年数とか建物の体質を是非調べてほしい。ただいま調査する内容について、ナビゲーションについてにができるということが正直。今使えるデータを組み合わせることで、新しいデータが作れる。住宅地図は毎年更新、これだけでなく電話帳・業種別等様々なデータ更新があると、看板とか時間と季節に応じてどこから来たのか、例えば昼間来てある時間止まっているのであれば会社等のある程度推測ができる。

フロアのほうから

Q（パナソニック電光の長浜）、街を立体化しながら街づくりを進める話をしている。斎藤先生の回遊の調査の仕方、一度一か所わかれればだいたいわかるることは面白い。現状把握は細かくわかつてもだいたいその場にいる人はだいたい掴んでいる。街づくりに展開する際にどうすればどうなるのかに関して言うと、本質的に欠けているのは人の心理データ。調査が街づくりの中にどのように反映できるのかチャンネルを探していくなければならない。街づくりを行っている側から着目しているどのような情報の収集が必要かをもっと計測してほしい。ではどうするべきかのもう一步の情報。

A（斎藤）、今まで政策をやりっぱなし。どのように次につながるかに関して一步前進している。私に対しては二つあり、一つは大宰府のこと、街めぐりの仕組みを作ろうとしている、そこに立ち寄った人がどのように街中にある情報をアクセスするかをリアルタイム

に提供している。どのように何をして、どのように反応しているのか検証の仕掛けがなかった、仕掛けを考えている。もう一つはデータを集めて、予測はどうなのか。ある商業施設で人が来る人のシェアの違いがあり、属性のサンプリングの違いで予測可能ではないかという考えがある。

A (唐鎌)、キーワードとして心理分布。鹿児島の中心市街地の目的は、――――――。調査をある程度積み重ねないとわからぬらしいが、求められる施設として市としても提供を続けていかないといけない。その観点から調査を続けていきたい。