

4. 検証結果

- ①観光行動動線の確認
 - ・デジタルスタンプラリーで90件、無線基地局で7,590件の動線データを取得。
 - ・分析の結果、週末の午後に国道134号をから三浦エリアへ流入するケースが44%と最も多かった。
- ②O2O施策の展開による観光行動の促進確認
 - ・観光情報配信による訪問箇所追加率は33%と目標の50%に達しなかった。
 - ・訪問数が多いスポットは、河津桜・うらり産直センター・三崎館本館・城ヶ島京急ホテルである
- ③外国人観光来遊客の嗜好確認
 - ・外国人観光来遊者のアンケート結果が得られなかった
- ④交通観光施設関係者によるO2O施策評価確認
 - ・関係者の中にはICTやO2Oに関して、苦手意識が先行していることが窺えた

5. 実験後の展開、明らかになった課題等

- (1) 動線データの収集分析について
 - ・無線基地局データとスタンプラリーアプリともにデータ取得に長所・短所があり、複数のデータを組み合わせたデータの精度確保を検討する必要がある。
- (2) 関係者の意識向上について
 - ・関係者のICTやO2Oに関する意識向上のため、他所の成功事例等の紹介、ICT・O2Oツールの簡略化が必要
- (3) 道路施策について
 - ・交通渋滞の緩和に向けて、観光来遊客の行動動線データ数を拡大していくとともに、観光客に特化したプローブ情報活用による混雑時間帯の分散化、渋滞の少ない経路の選択等を検討。