

第1回デジタルデータ活用による商店街等活性化検討会 議事概要

日時：令和4年9月21日（水） 15:30～17:55

場所：オーテピア 4階 研修室

出席：委員13人中、11名が出席、代理出席者2名
アドバイザー1名

1 開会

進行：経営支援課 吉良課長補佐

2 高知県商工労働部長挨拶

挨拶：商工労働部長 松岡 孝和

3 委員紹介

資料2：デジタルデータ活用による商店街等活性化検討会委員名簿

4 検討会開催趣旨説明

資料1：デジタルデータ活用による商店街等活性化検討会設置要綱

資料3：デジタルデータ活用による商店街等活性化検討会スケジュール（案）

資料4：現行の通行量調査と目指す姿

資料5：デジタルデータ活用による商店街等活性化検討会の全体像

説明：経営支援課 熊谷チーフ

5 委員長、副委員長の選出

（事務局推薦）委員長：古沢 浩 委員

（委員長推薦）副委員長：早川 賢治 委員 を選出

6 議題

進行：古沢委員長

（1）高知市商店街の現状と課題について

資料6：高知市商店街の現状と課題

説明：経営支援課 熊谷チーフ

（委員意見）

（A委員）

おびさんロード商店街の現在の通行量調査は（東西に長い）商店街の1箇所であって、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。年に2回だけ計測する、天気によって左右されるとい

うのは限界がある。もう少しサンプルの数を増やしていただきたい。

今回のデータを活用した商店街の活性化の先にゴールがあって、その後で波及効果が残るような、いきなり活用できなくても、みんなが取り組めるところから取り組むことで、取り組めないところ、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と思う。

(B委員)

中心市街地にどれくらいの方が年代別に来ているのか、推移として暦年でも変化が分かるようになっていれば、どこにチャンスがあるのか、分かると思う。

我々の考える商売の中身というところもより事実在即した検討ができるようになるのでは。

(C委員)

人通りの多い土曜夜市など、人通りが多いことが売上に直結するとは限らないが、どういう取組をすればいいか、解決できないまま今に至っている。

他店の動きがまったく分からず、自店舗がどういう取組をすればよいか、情報の共有、ほしい情報が足りていないと感じることがある。

今回商店街へ実施したアンケートもデータで答えられる、LINEなどで共有できるといい。そういったところも検討会と一緒に検討いただけたら、教えていただければ。

(D委員)

小規模の方々が様々なデータをどう活用するかは、本当に難しい。業種によって必要とするデータが違う。

自社の飲食店では、高知のホテルの空き室情報を営業の参考に使っている。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。

既存の通行量調査にとらわれず、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。

商店街を人がどう流れているかという情報は、新たに商売を始めたい方にプラスになるのでは。

第一歩として商店街としては自分たちの現状をしっかりと数値化できるような取組ができれば。

365日時間帯に応じてデータが出るようになると、その先の活用は色々あると思う。

(2) 他地域における事例紹介

資料7：他地域における人流データを活用した取組事例

別冊 四国経済産業局提供資料

説明：資料7 経営支援課 鍋島主幹

古沢委員長

別冊 植田委員代理 松岡 美有紀 氏

(3) 高知市商店街における人流データ計測の方向性について

資料8：通行量の計測方法について

説明：経営支援課 鍋島 主幹

資料9：論点メモ

(委員意見)

○論点1

(D委員)

データは細くなるほど利用価値が出てくる。最低でも年齢、性別が分かればありがたい。一番は人の流れがしっかりと読めればいい。

本来ならば個店に入って、購買動向などが見れたらと思うが、それはA I（カメラ）とは違った形になると思うので、今後の展開としてやれたらいいと思う。

基本的には、原則最低でも性別、年代別、細かいタイムスタンプがあれば利用価値が出てくる。

(C委員)

人通りが多くても売上と直結しないとすごく感じることもある。お金を使ってくれる顧客がどういふ動きをしているのか知りたい。

(A委員)

一人のユニークユーザーがどのような動きをしているのか知りたい。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なのか知りたい。

特に知りたいのは駐車場との連携。帯屋町の商店街と駐車場問題は切っても切れない永遠のテーマである。店舗によっては買い物をすると（駐車場代が）無料になる、利用者・消費者がメリットを感じて、買い物をしていただき、滞在時間の延長・回遊性の向上に繋げたい。

属性はある程度肌感覚でわかるところがあるが、あればなお良い。

積極的に消費してくれる方に対して、情報を出していく、セールを打つなどの取組のために、年齢や誕生日などが情報として取れればいい。

(E委員)

カメラで撮影してA Iで解析するときには服装情報も取得できると思うが、どういう風に入れ込むのか、入れこまないのか。服装情報が分かると、どこから入ってどこから出たという時間や距離が全部出せると思う。

(F委員)

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。誰がどんなことをしているかをつかまないと、利用価値が少ないのでは。

昔から「帯ブラ」、目的がなくてもぶらぶら歩いて、おいしいものや何か見つけたら買うことをしていたが、今はネットで検索する。既に欲しいものは決まっておき、買いに行く場所も決めて利用しているのではないかと。

単に人流だけを見て、イベントで結果として人が増えた、どこに移動しているかというのはわかる

が、それによって売上を上げる、お客を増やすというのはなかなか難しい。

お客を増やす、売り上げを上げるために何かをする、そのためのフィードバックとしてどういうデータが欲しいという風に見ないと難しいのではないかと。

(D委員)

大きな人の流れが、個店にとって、すぐに商売に結びつくかということ、そうではないかもしれない。

本来必要な情報は、飲食では自店舗の来店客数、商品情報。これらは自店舗で手に入ると思う。

さらに細かい商店街の活性化となってくると、本来ならば別の入手方法や個店のみなさんとのご協力というところまで進めていかないと、なかなか難しいかもしれない。

AIカメラの一つの利点として、AIが発展することで映像の中から新しい情報をピックアップする仕組みができるのではないかと考えている。

もし、人流の中で細かい情報が取れる、個人の細かい情報が取れる仕組み、個人の購買意欲が取れる仕組みがあればありがたいと思う。

業種によって必要なデータが全然違うかもしれない。皆さんに色々な提案をいただけたら。

(G委員)

AIカメラで画像処理をAI＝機械学習でやる場合、基本画像処理の精度は100パーセントでは難しい。ただ、精度は上がっており、高い確率で認識はできる。

我々のビジネスは、自動運転とか携帯に搭載される、極めて超カスタマイズなエリアで、学習データを個別に作るため、費用が高い。男女を見分けるなど汎用的な認識モデルは簡単に安くできる分野ではある。

画像認識で人間が認識できるものは基本認識できるが、個別カスタマイズするものと、汎用的なものを分けて議論しないとすごく難しくなる。

始めやすいのは、汎用的なものからやったほうが費用も安いし、わかりやすい。

汎用的なものは何かというのはリストなどが我々でできるので、リストを見て議論するともう少し議論しやすいのでは。

(H委員)

カメラ系の課題はコスト。カメラ動画の映像は相当の情報量があり、AIを駆使せずに人間が見てもはるかに効果がある。50倍で再生して見るだけでも相当色々なことが分かる。

ピンポイントのデータはあまり役に立たない。カバレッジが重要で、春のデータが秋に有効なのか、夏のデータが冬に使えるか、雨や雪、台風、地震など条件で色々変わる。面的にも時間的にもかなりカバレッジが必要。

カバレッジと精度はトレードオフで、精度を上げるとカバーが小さくなり、exampleになってしまう。それを一般性にしようとするとうまくいかないため、精度が低いデータになる。お金があれば全部できるが、そうでない時には、何をやりたいかでどちら側に重きを置くか変わってくる。

データで一番やりやすいのはマイナス効果、コストを下げる。以前あびやさんの講演時にあびやさんが仰っていたのが、お客さんが来るメカニズムを知りたいのではなく、来ない方を知りたいと。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、こういう方が分かりやすい。マイナス効果にもう少し着目するといいと思う。

周辺のイベントデータは人流に非常に影響があり、かつどこにも集約されておらず、集められない。人流データを集めると同時にイベントデータをどう集めるのか検討したほうがいい。

(D委員)

24時間365日というのは必要と思っている。

計測地点は、今までのアナログ計測の地点に沿ってやる必要はないと思う。どこに設置すれば人の商店街の出入りが分かるか、システム関係の皆さんに一番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。

(F委員)

全体の人動きを見るのは非常に貴重で、意味がある。個人の動きは、別のシステムで取得して連動していくことが第一と思う。

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、店舗への出入りの状況が、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。

その場合、カメラの画像処理はそれほど高度なものではなくて、一般的な技術でできると思う。カメラの台数が増えるかもしれないが、価値のあるものが出てくる。

個別の店舗への出入り状況でないなら、商店街をある程度ゾーンに分けて、ゾーン毎にどれだけの人が入って滞留しているかを見ると、面白いデータが取れるのではないかと。

(C委員)

自店のことを言えば、正直人流データを知ってもなんの役にも立っていない。自社のエアレジのデータ、SNSやホームページのアナリティクスを見た方が参考になる。

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、明確にできたらいい。

(D委員)

人の流れが非常に重要な職種・業態、例えば飲食業はイベントと人の流れに対して非常に必要性を感じる。

物販は、人が多くいるから眼鏡を買いにくるか、というとそうではない。眼鏡を買いたい人がどこにいるかが大事になるので、データの仕組みは別の方法で検討していくものになると思う。

あくまでも、商店街で人流を測るのは、商用だけでなく、例えばこの時間帯にこれだけの人が商店街を通行している場合に地震があったらどうするか、これだけのこの時間帯にこういうことがあったらどういう風に活動すればよいか、イベントをやった際の商店街の人の流れはどうなっているか、可視化して見ることで、アイデアが出てくる可能性がある。

皆さんのすべてにおいてプラスになるかどうかかわからないが、同じような意見の方が多々いると思

う。そういった方に対して、必要なデータを取るための仕組みとしては、何がいるか、どんなことをしていくのか、が積み重なっていった初めて商店街の活性化につながる。

中心街としては、例えば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、一つのデータのとり方という感覚でいると思っていただきたい。その中でも個店の皆さんで、こんな情報が欲しいという意見があれば、カメラでなくてもいいと思うので言ってもらえたらいいと思う。

○論点 3、5

(A委員)

特定の個人が行く店の関係性など、大丸さんで買い物した後で本山さんのペーパーメッセージに行く人が意外と多いと分かれば、新たなコラボが生まれるかもしれない。キャバクラの近くに花屋さんがある、居酒屋さんの隣に薬局があるとか、マリアージュ的なことができると思うので、そういう動き・どういう回遊をしているか知りたい。

個人の回遊状況がAIカメラでわかるのかな、と思っている。以前専門家に話を聞いた時、老番街商店街で写っていたAさんがおびさんロードで写った時は新たなIDが発行されて、(個人を識別するのは難しい) みたいな話を聞いた。

Aさんの動きや、駐車場の利用状況、滞在時間が分かった時に、例えば高知市さんが、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っていくと思う。駐車場問題と、公共交通をなんとかしたいと思っているので、どちらの機器がいいかわからないが、後でお聞かせいただけたら。

(B委員)

精度の部分とカバーの範囲の話があったが、基本的には汎用性の高いものをできるだけ広い範囲で情報をとって、個々の店舗が使うというのは、それぞれ用途・切り口というのが変わってくると思う。まずはそこからはじめないといけないと感じた。

百貨店では、高収入の方の買い物の状況のデータが欲しいというのはあるが、それを突き詰めると全然汎用性がないということになってくると思う。

まずは基礎的な男女・年代がきちんとわかって、総量として正確なデータが取れるように、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。

マイナスの部分(コスト削減)に目を向けていくことについて、どういう要素をもとに予測可能か、こういうデータが集まったからこの日は人通りが厳しいというのが、どういう風に分かるのか興味がある。それが分かるのであればすごく活用できる。

(C委員)

素朴な質問だが、マスクや眼鏡、帽子かぶっている人はわかるのか。

(G委員)

今、お三方から色々意見をいただいたことを技術的な要素分解をすると、大西さんの、1のカメラでAと認識した人が、2のカメラでAと認識されなかったという話や人流を認識したいという話は、カメラの前提でいくと、人を認識し、その後に男女を認識することは割と汎用的な問題なのでいいかと思う。

1のカメラでAと認識した人が、2のカメラでAと認識しなかった、というのは個体識別という、歩き方の癖などでAさんと認識できるモデルも汎用的な問題なので、できると思う。ただ、当然（精度は）100パーセントではなく、80パーセントくらいで認識できる。

マスク・眼鏡を認識するのも、汎用的な問題になってきて、わりと認識できると思う。

(C委員)

マスクして、眼鏡して（いても分かるのか）。

(G委員)

Aさんであると認識するのは、歩き方や骨格などで判断できる。ただ、先に言ったお金持ちっぽい人を認識するというのは、例えばエルメスを着ている人をお金持ちと認識する、靴がきらきらした人をお金持ちという風にする、それは全部つくって個別化しなければならないので開発費がかかる。

(D委員)

周辺のイベントデータ、中心街だけでなく少し離れたところでも、ある程度イベントの規模があれば欲しい。高知新聞など情報を提供するところと連動して、イベント情報や天気の情報の紐づけが可能か知りたい。

(I委員)

ある程度テキスト化されている新聞データや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、過去のSNSの盛り上がり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。

それは人流とは別の世界で組み合わせて予測することになる。

○論点6

(H委員)

防災の避難計画を立てる時に、昼間通りに何人いるのか、夜地震が起きた時、昼間や土日などで、防災計画がまったく違ってくる。大体の昼間人口、夜間人口がどれくらいというのはわかっていると思うが、本当にどれくらいなのか実はわかっていないところがある。

そういうものにも使うなど、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。

(E 委員)

商店街との重要な関連性でいうと観光ではないか。服装の話質問させていただいたが、日曜市にいるときに、明らかに観光客の方と地元の方の違いは服装でわかる。KKD（勘・経験・度胸）のKK（勘・経験）によるが、そういった解析もできるのでは。