

1 章 観光を取り巻く状況

1. 国や福島県の施策動向

1) 国の関連計画や施策等の概要

- ・全般的には、2020年のオリンピック・パラリンピックを見据えたインバウンド（訪日外国人旅行）の拡大や、地域創生政策と連携した、少子高齢化時代の地方創生に資する観光地域づくりに関する施策が多く取り組まれている。具体的には、「観光地域プラットフォーム」の必要性や、「観光地域ブランドの確立」に向けた取組の支援等が示されている。
- ・また、訪日旅行者が拡大する中、訪日外国人数が低迷する被災3県でのインバウンド拡大に向けた3県の観光資源「100選」の選定とPR等の取組が示されている。

①国の方向性

- ・平成19年施行の観光立国推進基本法に基づき策定された「観光立国推進基本計画」が、震災後の状況やアジア圏の観光需要の高まり等を踏まえ、平成24年3月に見直されており、「観光の視野の拡大と観光の質の向上が必要」との方向性を示している。また、平成27年6月に策定された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」では、インバウンド戦略、観光産業の強化、地方創生に資する観光地域づくり等の7つの柱を設定している。

②個別施策：国際観光

- ・国際観光分野では、訪日旅行促進事業や、MICE※の開催・誘致の推進、通訳ガイド制度、訪日外国人旅行者の受入環境整備等を進めている。

※【MICE】企業等の会議、企業等の行う報奨・研修旅行、国際会議、展示会・見本市、イベント等、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称

■ 訪日旅行促進事業の概要

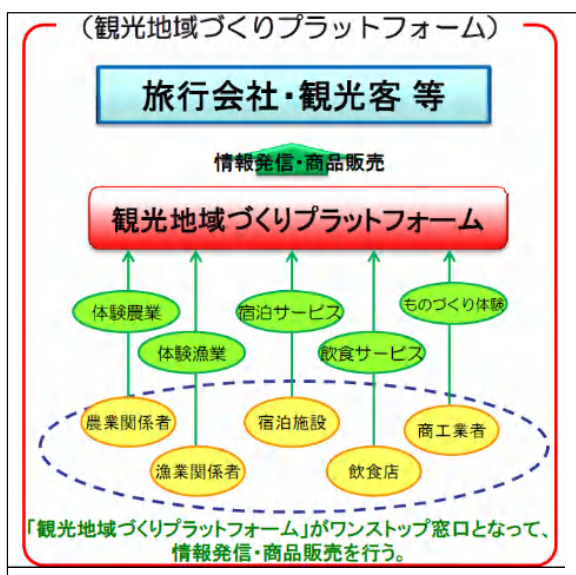


出典：観光庁

③個別施策：観光地域づくり

- ・「観光地域づくり」に向けては、観光庁に相談窓口を設けるなど、各種の支援策を行っている。
- ・ここでは、その一環として推進されている「観光地域づくりプラットフォーム※」及びこれを活用した「観光地域ブランド確立支援事業」のイメージを示す。
- ・さらに、観光庁は平成 27 年 11 月に、「日本版DMO候補法人」の登録制度を創設し、地域の観光地域づくりを担う法人の形成・確立に向けた支援を推進している。

■ 「観光地域づくりプラットフォーム」のイメージ

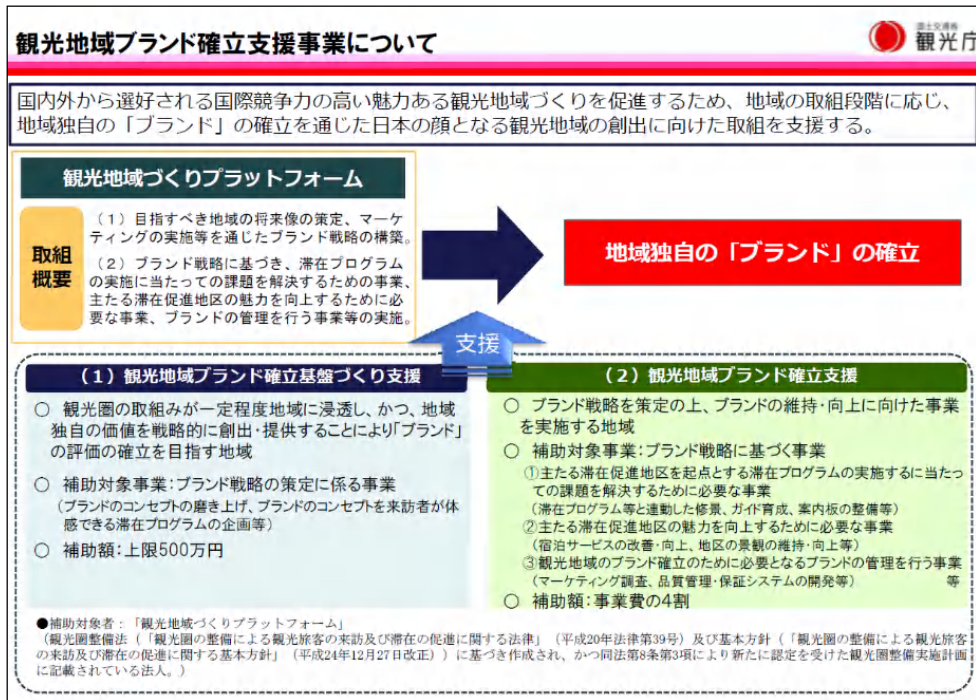


出典：観光庁

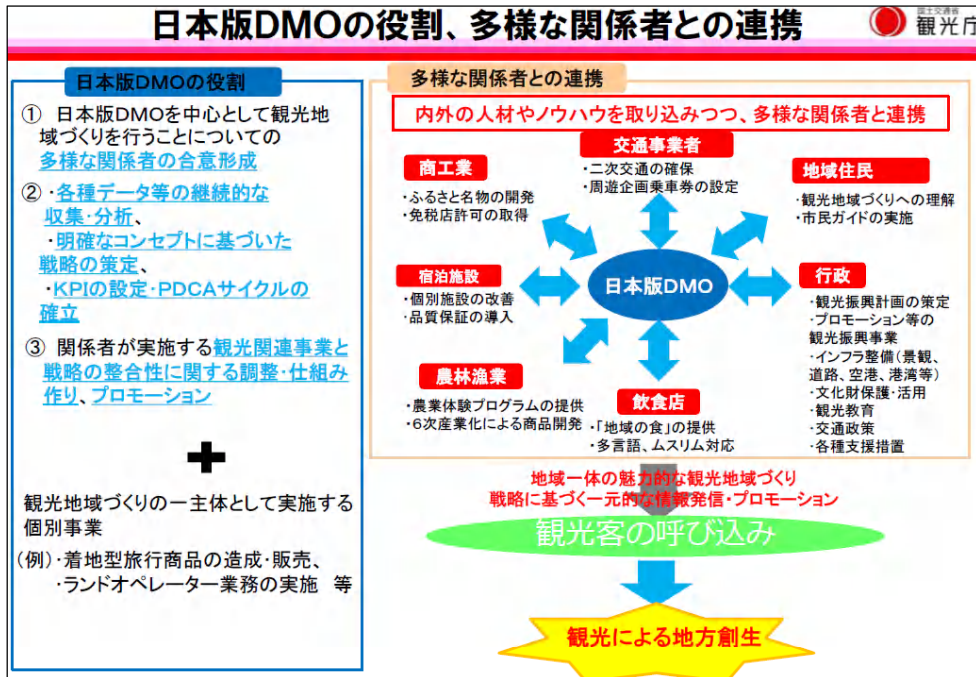
※【観光地域づくりプラットフォーム】着地型旅行商品の販売を行うため、地域内の着地型旅行商品の提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体。

※【日本版DMO】DMOとは、「Destination Management/Marketing Organization」の略。地域の多様な関係者を巻き込みながら、「観光地経営」の視点で観光地域づくりの舵取り役を担う事業体。

■「観光地域ブランド確立支援事業」のイメージ



■「日本版DMO」の概要



出典：観光庁

④東北地方に関する観光施策

- ・観光庁主催で平成27年8月に開催された「東北観光復興加速化会議」は、東北被災3県の知事、仙台市長、東北観光推進機構及び地域の観光関係者等により構成され、東北地域の観光需要を回復させ、復興を加速化することを目的としている。同会議では、「東北3県見るもの・食べもの・買いもの100選」（仮称）を選定し、訪日外国人数が低迷する3県の観光資源を掘り起こし、世界に発信する等の取組が示された。

2) 福島県の施策

- ・福島県では、主な施策として「観光資源の磨き上げ」「教育旅行の推進」「合宿の推進」「会議等の誘致」「外国人観光客の誘致」を行っている。
- ・特に「観光資源の磨き上げ」に向けた施策として、デスティネーションキャンペーン※や日本一の観光地づくり推進事業等を行っている。
- ・観光関連産業の集積と雇用確保を目的とした「ふくしま観光復興促進特区」が認定され、指定事業者への税制優遇措置がとられている。

①福島県における主要な施策

- ・福島県における主要な観光関連施策を下表に示す。

●観光資源の磨き上げ	・観光産業の復興や「ふくしまデスティネーションキャンペーン」(DC)等、地域の資源を生かした観光資源の磨き上げを推進している。 →日本一の観光地づくり推進事業(観光まちづくりワークショップ、おもてなし研修会、ガイドブック、観光地調査)、観光素材総合プロモーション事業、旅行会社招聘事業
●教育旅行の推進	・福島県の教育旅行のコンセプト「旅育」(たびいく=旅を通じて知的好奇心や感受性を育てること)を通し、学習効果の高い体験プログラムを用意して、教育旅行を強力的にサポートしている。
●合宿の推進	・福島県内のスポーツ・文化施設、宿泊施設等約600施設の情報を登録した専用サイトを開設し、目的にあった合宿地を選べるようにしている。
●会議等の誘致	・県内のコンベンション施設等の基礎情報を収集・公開している
●外国人観光客の誘致	・国際観光の再生と海外での風評払拭を図るため、トップセールスを始めとした海外へのプロモーション活動や外国人観光客の受入体制の整備(特例通訳案内士等)を進めている。

※【デスティネーションキャンペーン(DC)】JRグループと自治体が協力して展開する観光キャンペーンで、福島県では2015年の4～6月の期間に開催され、2016年4～6月はアフターDCが開催される予定。

②ふくしま観光復興促進特区

- ・東日本大震災復興特別区域法に基づき、福島県及び県内51市町村が共同申請した「福島県復興推進計画(ふくしま観光復興促進特区)」が平成27年3月26日に認定された。同計画は、観光関連産業を集積し、集客を促進することで、地域経済の活性化及び関連産業に関わる雇用の確保を目的とする。
- ・会津美里町においては、高田、本郷、新鶴の各地域において集積区域が設定されており、指定を受けた事業者が当区域にて新規投資や被災者雇用等を行う場合、税制の特例を受けることができる。

■H27ふくしまDCパンフレット



2. 観光に関する動向

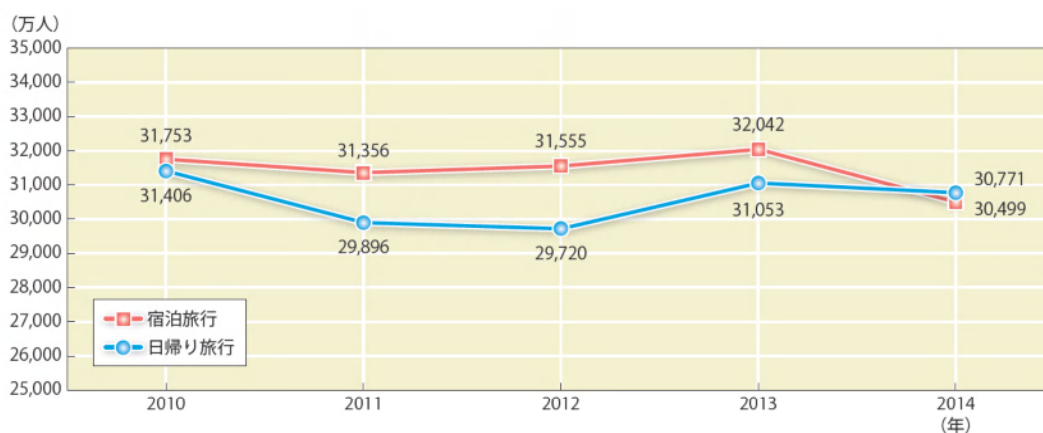
1) 国内旅行の動向

- 日本人の国内旅行者数は震災以降回復傾向にあるが、2014年は消費税増税等の影響により落ち込んでいる。
- 福島県の日本人宿泊者数は、震災前を100とすると、2014年は約8割まで回復。外国人宿泊者数は約3割程度。
- 福島県内のエリア別の入り込み状況を見ると、会津地域は、震災前の水準まで回復していると言える。
- 東北観光の満足度では、「食・グルメ」の満足度が高い。また、再訪意向は国内他地方と比較して高く、福島県も60%の再訪意向がある。理由は、「印象が良かった」や「宿・食事・おもてなしが良かった」等が高い。
- 東北観光への要望としては、「ネット等での現地の情報」「交通網の充実」「安全安心情報（震災からの復興のアピール）」への要望が高い。
- 国内宿泊観光旅行における個人・団体旅行の動向では、平成20年を境に個人旅行は増加傾向で、団体旅行は減少している。

①国内旅行者数（宿泊・日帰り）の推移

- 国内の宿泊旅行者数は、2011年からは微増で推移していたが、2013年から2014年にかけては減少している。
- 日帰り旅行も震災の影響等により2011年、2012年は大きく減少していたが、2013年は持ち直したものの、2014年は再度、減少に転じている。
- 2014年の減少は、消費税増税等の影響と考えられている。

■国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



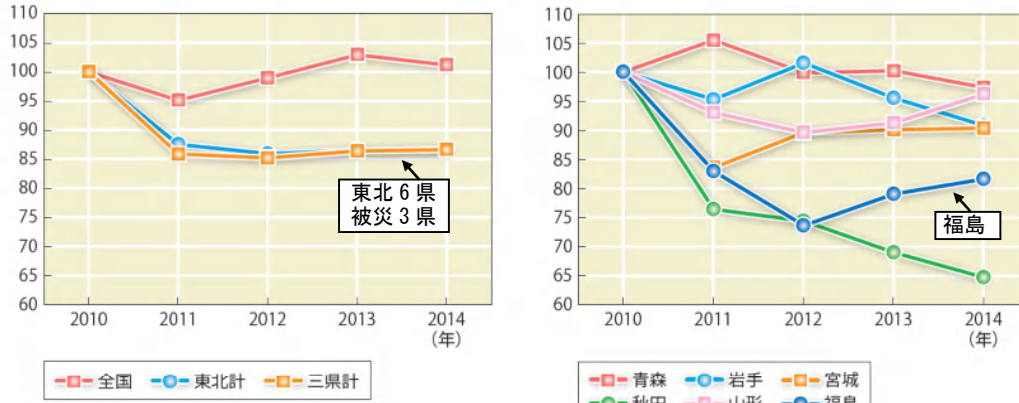
(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
2 2014年(平成26年)は速報値。

出典：平成27年版観光白書

②東北、福島における宿泊者数の推移

- 日本全体での宿泊者数の状況は震災前から回復しているものの、東北6県、被災3県については、なお低い状況である。福島県については、震災前の2010年を100とした場合、回復基調ではあるが、2014年で81.6にとどまっている。

■観光客中心の宿泊施設における日本人延べ宿泊者数
(2010年(平成22年)を100とした指数の推移)



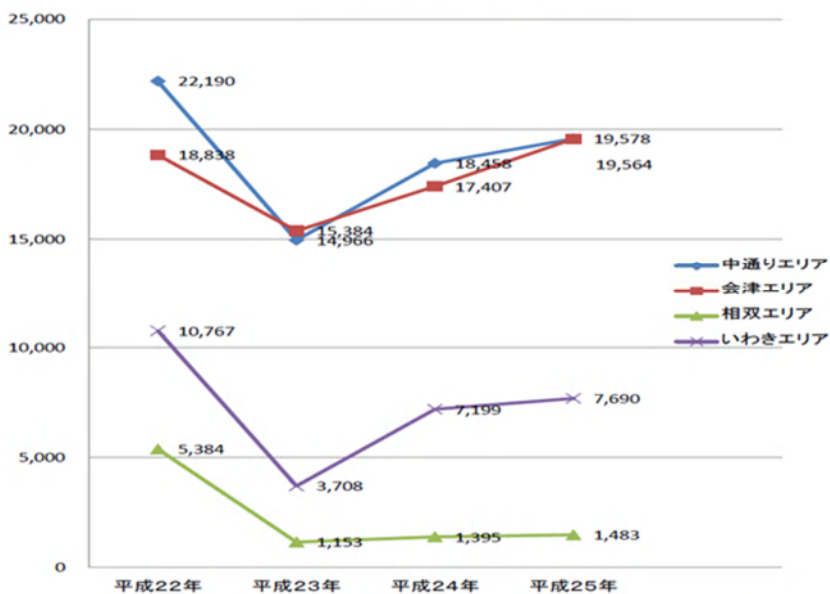
- (注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2010年(平成22年)のデータは、従業員10人以上の宿泊施設の実績を使用。
3 2010年(平成22年)～2013年(平成25年)の数値は確定値、2014年(平成26年)の数値は速報値を使用。

出典：平成27年版観光白書（一部加工）

③福島県のエリア別入り込み数

- 福島県内のエリア別で入り込み状況を見ると、相双エリアはなお低い水準にあり、いわきエリアも回復しつつあるものの、なお中途の状況といえる。
- 中通りエリアは、震災前に近い状況まで回復し、会津エリアは大河ドラマ「八重の桜」の効果により震災前の値を上回るまでに回復している。

(千人) ■福島県(エリア毎)の観光客入込数の推移



資料：各県観光統計
「観光入込客統計に関する共通基準」に基づく集計

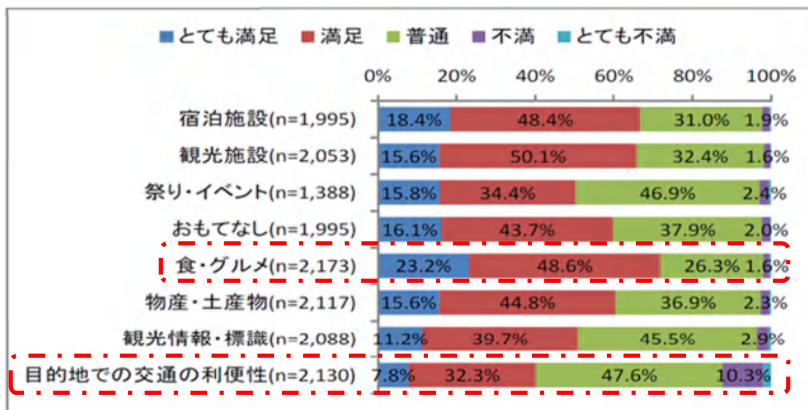
13

出典：国土交通省資料「東北における観光の現状」

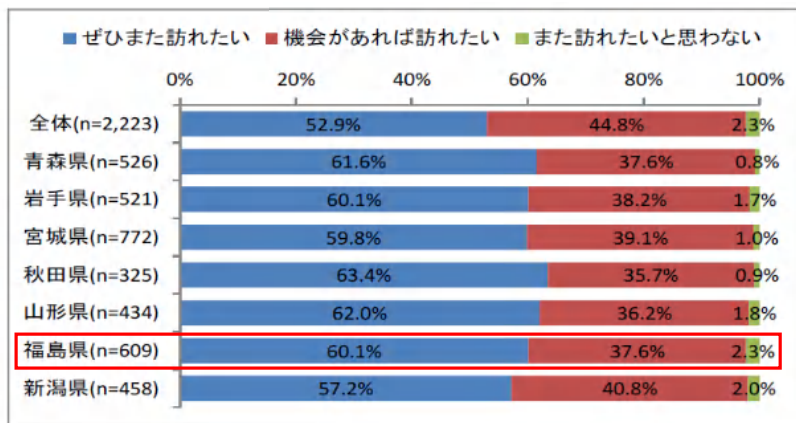
④東北・福島観光に関するニーズ

- ・東北観光（東北及び新潟県の計7県）の経験者を対象としたニーズ調査結果の抜粋を示す。
- ・東北観光の＜項目別満足度＞をみると、「食・グルメ」や「宿泊施設」「観光施設」の満足度が高い一方、「目的地での交通利便性」が特に低く、次いで「観光情報・標識」「祭り・イベント」の満足度が低い。なお、県別の大きな傾向の違いはない。
- ・＜再訪意向＞では、全国（全体）平均の再訪意向は約52.9%の中、東北地方の各県は全体的に再訪意向が高く、福島県は60.1%となっている。
- ・＜東北観光に対する要望等＞としては、「テレビやインターネットでアピールしたり、現地の情報がほしい」「交通網の充実」「安心安全情報、災害からの復興アピール」の要望が多い。

■項目別満足度



■再訪意向



■東北観光に対する要望等

テレビやインターネットでアピールしたり、現地の情報が欲しい	793
交通網の充実	395
安心安全情報、震災からの復興アピール	135
サービスを改善して欲しい	119
イベントを開催したり、その情報が欲しい	79
低価格なサービスが欲しい	51
今のままでいい	49
観光地の魅力や環境を向上して欲しい	34
食に関する情報が欲しい	22
無理な復興をアピールしないほうがいい	13
アンテナショップを設置して欲しい	7

出典：公益財団法人東北活性化研究センター『東北の観光振興に向けた支援のあり方』2014年

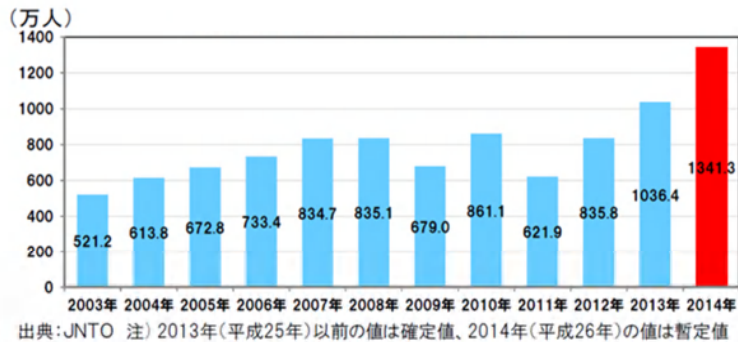
2) インバウンド（訪日外国人旅行）の動向

- 2012年以降、訪日外国人が急激に増加。アジア圏からが約8割を占めている。2013年から2014年にかけては、特に中国人が110万人増加
- いわゆる「爆買い」もあり、一人当たりの消費額も増加している。
- 訪日外国人の訪日の動機は、全般的には、「日本食を食べること」や「ショッピング」「自然・景勝地観光」が多い。

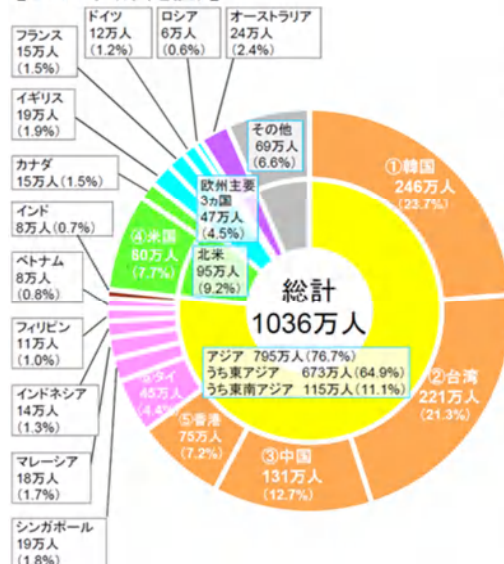
①訪日外国人旅行者数の推移と割合

- 近年、訪日外国人が急激に増加しており、国別では、台湾、韓国、中国、香港の東アジア圏からの来訪が多い。
- 2013年から2014年にかけては、中国からの訪日外国人の増加が顕著である。

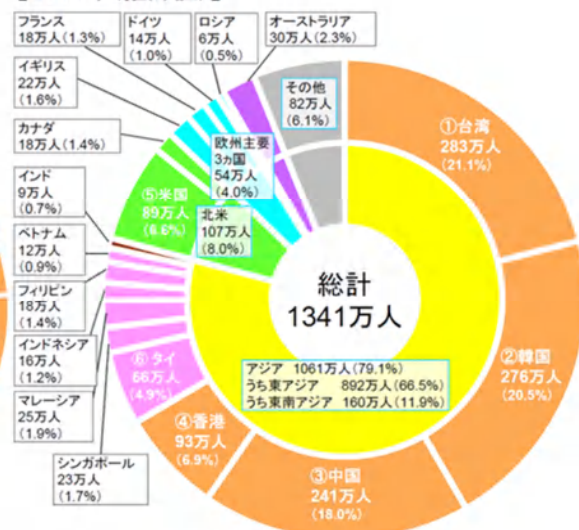
■ 訪日外国人旅行者数の推移と国別割合



【2013年(確定値)】



【2014年(推計値)】



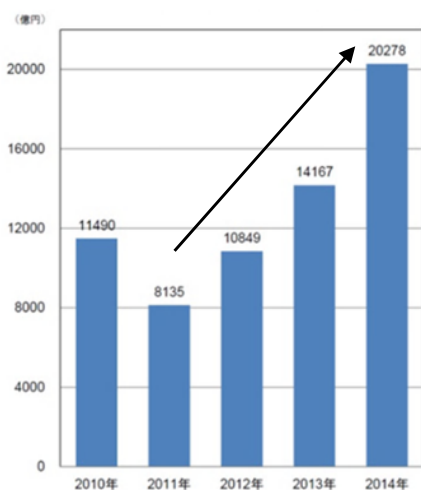
※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

出典：観光庁資料（平成27年）

②訪日外国人の旅行消費額

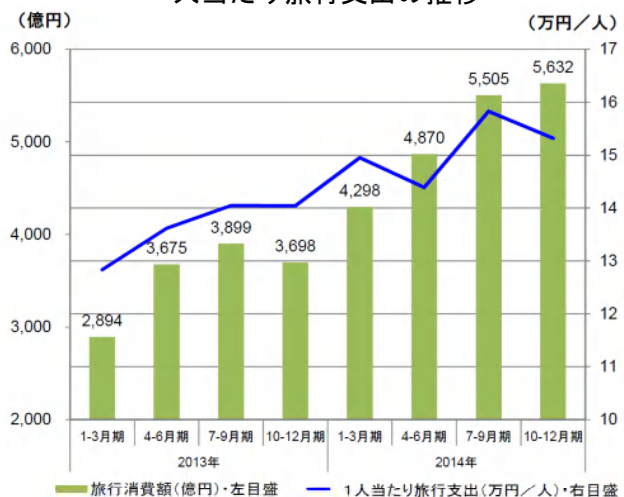
- ・訪日外国人旅行者数の増加に伴い、旅行消費額も大きく増加し、2011年から2014年にかけて約2.5倍に増加している。また、円安方向への動き等から、一部の訪日外国人旅行者が一度に大量に購入する、いわゆる「爆買い」の影響もあり、一人当たりの消費額も増加している。

■ 訪日外国人旅行消費額の推移



出典：観光庁資料（平成27年）

■ 四半期毎の旅行消費額と一人当たり旅行支出の推移



※2013年の1人当たり旅行支出:13万6,693円
 ※2014年の1人当たり旅行支出:15万1,374円

出典：観光庁資料（平成27年）

■ インバウンド消費拡大の主な要因

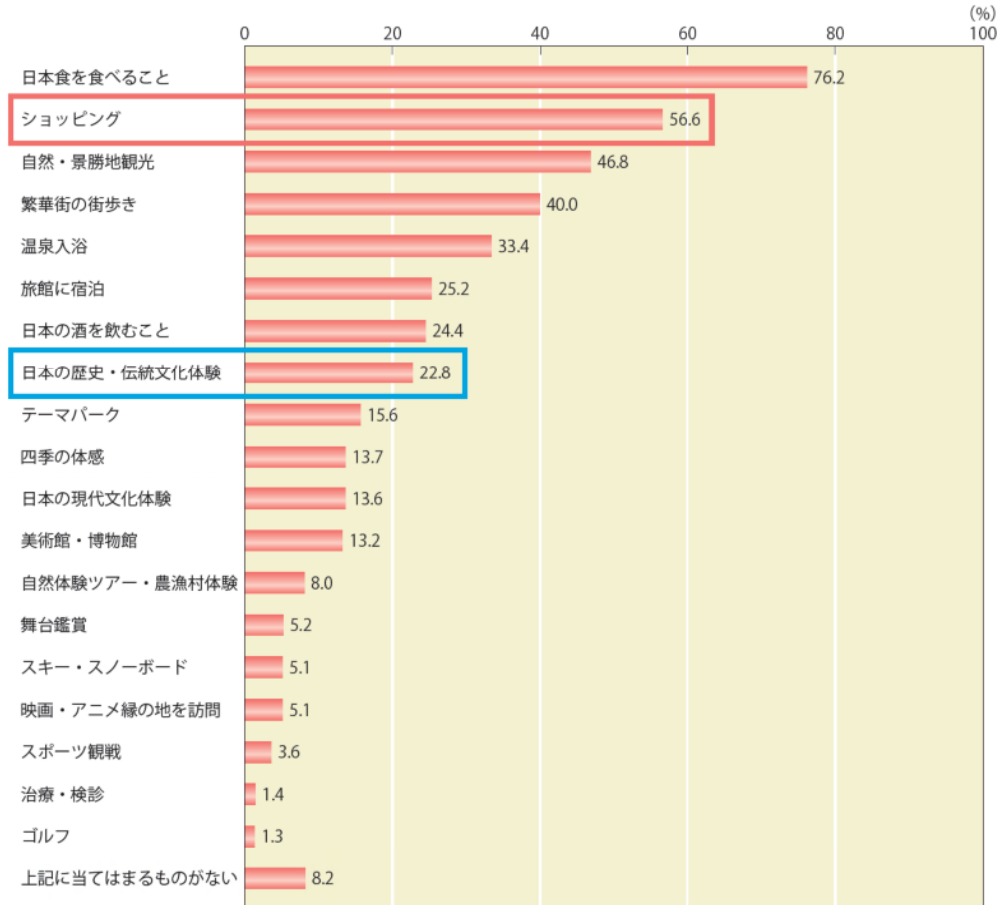
所得要因	経済成長による個人所得の上昇。
品質要因	日本製品の品質に対する根強い信頼感。
価格要因	高級品を中心に割安感が拡大。
割安感の要因	<ul style="list-style-type: none"> ● 円安方向への動き。 ● 消費税免税制度の拡大。
その他	ショッピングをテーマとした訪日プロモーションの実施。

出典：平成27年版観光白書

③訪日外国人の訪日の動機

- ・訪日外国人の訪日の動機は、全般的には、「日本食を食べること」が最も多く、次いで、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」が多い。「日本の歴史・伝統文化体験」を動機としているのは、22.8%と比較的少ない。
- ・個別の動機を国別で見ると、「日本食」は、「東南アジア圏」及び「欧米圏」で、「ショッピング」は、「アジア圏」で、「自然・景勝地」は、「韓国以外のアジア圏」と「欧米圏」で、「歴史・文化体験」は「欧米圏」で、ポイントが高くなっている。

■訪日外国人の訪日動機



(注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」による。

出典：平成 27 年版観光白書

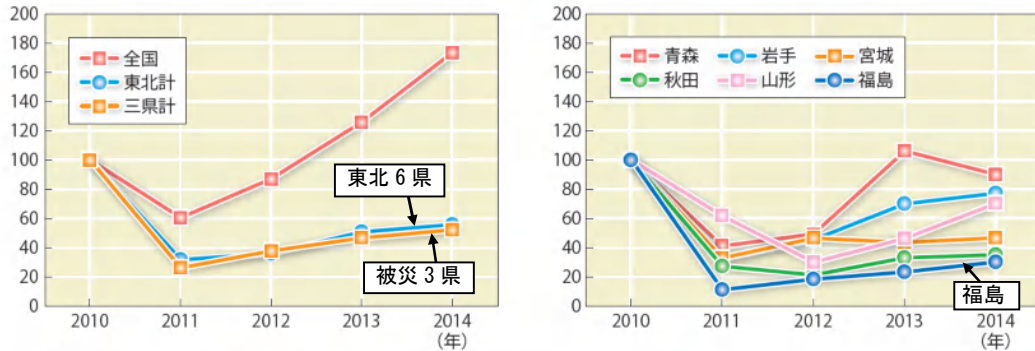
■主な訪日動機の国別動向の概要

日本食を食べること	・全般的にポイントが高いが、特に <u>東南アジア圏</u> と <u>欧米圏</u> で高い。東アジア圏は比較的低い。
ショッピング	・ <u>アジア圏全般</u> で、ポイントが高く、特に韓国を除く、 <u>東アジア圏</u> で高い。
自然・景勝地観光	・韓国を除く <u>東アジア圏</u> でポイントが高いものの、圏域別での大きな傾向はない。
日本の歴史・伝統文化体験	・全体的に <u>欧米圏</u> でのポイントが高い。

④福島県の外国人宿泊数

・外国人宿泊者数は、2014年において全国的には震災前2010年の約1.8倍となっている一方、東北6県・被災3県においては、6割にも満たない状況である。特に、福島県は、2014年は2010年の約3割程度にとどまっている。また、国別で見ると、震災前の2010年は、韓国が突出して多く、次いで台湾、アメリカ、香港の順となっている。2011年以降は、前述の通り急減しており、2013年では、中国、アメリカ、韓国、台湾の順となっている。

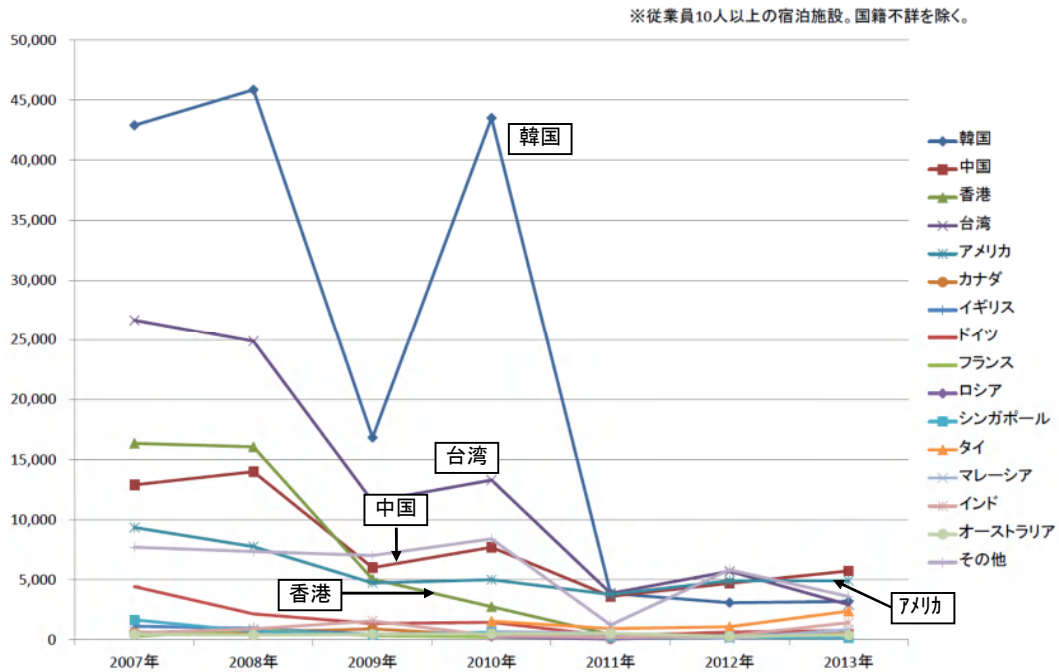
■観光客中心の宿泊施設における外国人延べ宿泊者数
(2010年を100とした指数の推移)



(注) 1 観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2 2010年(平成22年)のデータは、従業員10人以上の宿泊施設の実績を使用。
3 2010年(平成22年)～2013年(平成25年)の数値は確定値、2014年(平成26年)の数値は速報値を使用。

出典：平成27年版観光白書

■福島県の国別外国人延べ宿泊数の推移



※従業員10人以上の宿泊施設。国籍不詳を除く。

出典：国土交通省資料「東北における観光の現状」

3. 観光客のニーズ

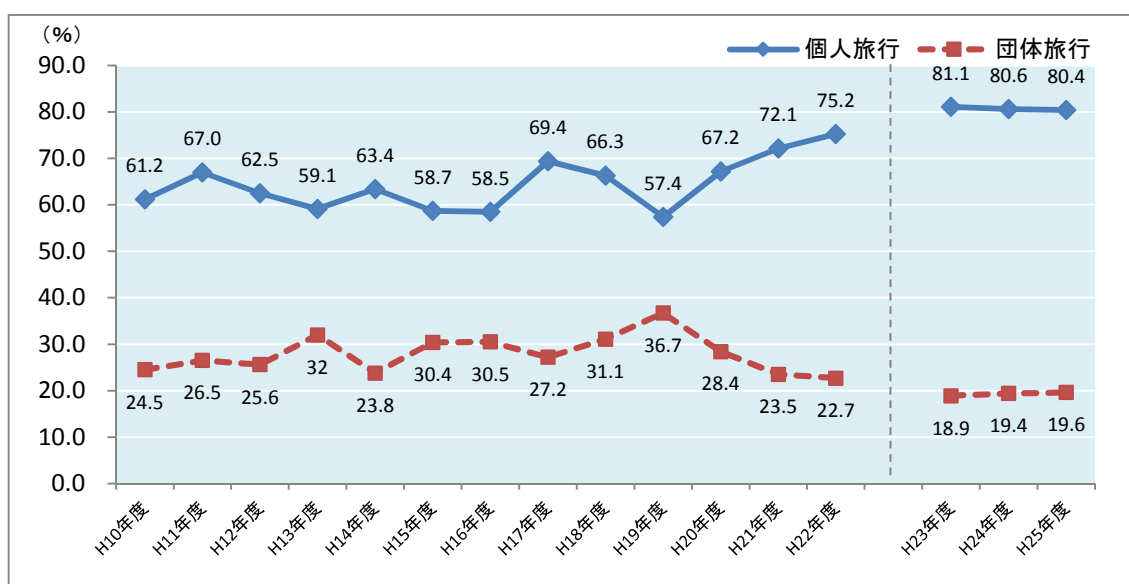
1) 国内旅行に関するニーズ

- ・国内宿泊旅行の形態は、個人旅行が主流となっており、約8割を占める。
- ・国内旅行のニーズは、「温泉、自然、グルメ、歴史・文化」が多く、「おいしいものを味わう、ストレス逃避、自然鑑賞・体験」が旅行動機となっている。
- ・実際の旅行先における活動（福島県）のうち、体験分野の占める割合は3.6～4.9%と少ない。

① 団体・個人旅行の動向

- ・国内宿泊旅行における個人・団体旅行の割合の動向を比較すると、個人旅行の割合は平成20年度以降増加傾向で、近年は横ばいとなっており、平成25年度には約8割を占めている。一方、団体旅行は、近年微増となっているものの、平成20年度以降大きく減少した。

■ 国内宿泊観光旅行における個人・団体旅行の比較

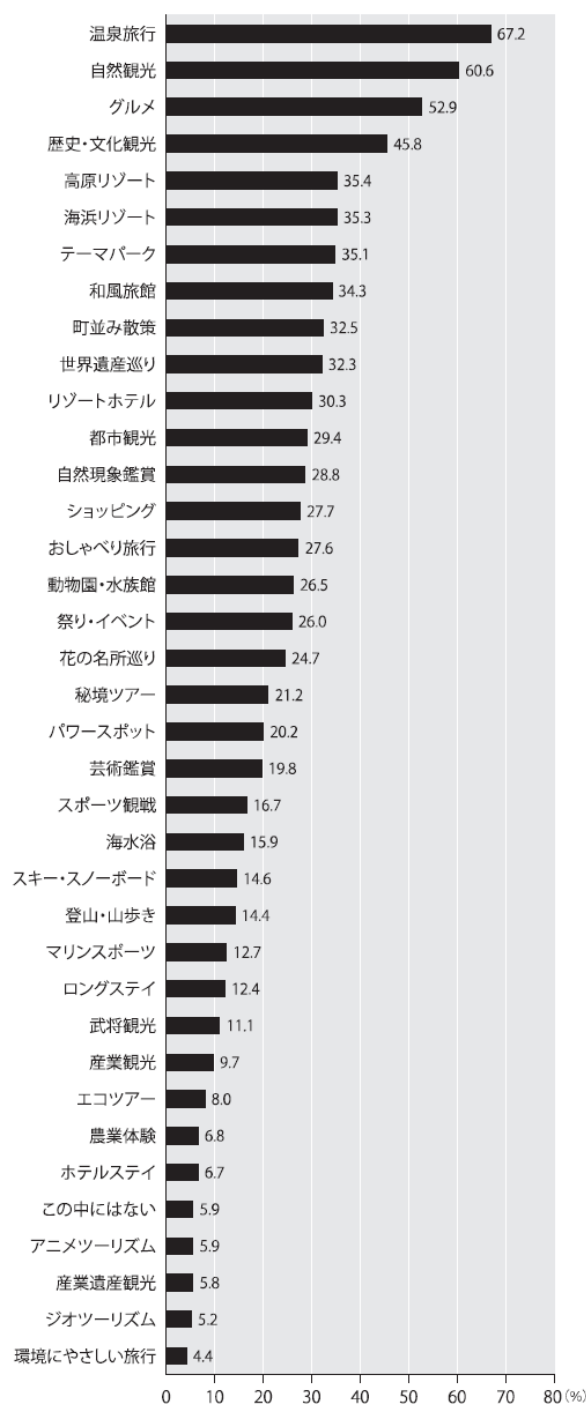


※H23年度以降、調査方法が変更された。

出典：(公) 日本観光振興協会「平成26年度版観光の実態と志向」

②行ってみたい旅行タイプ

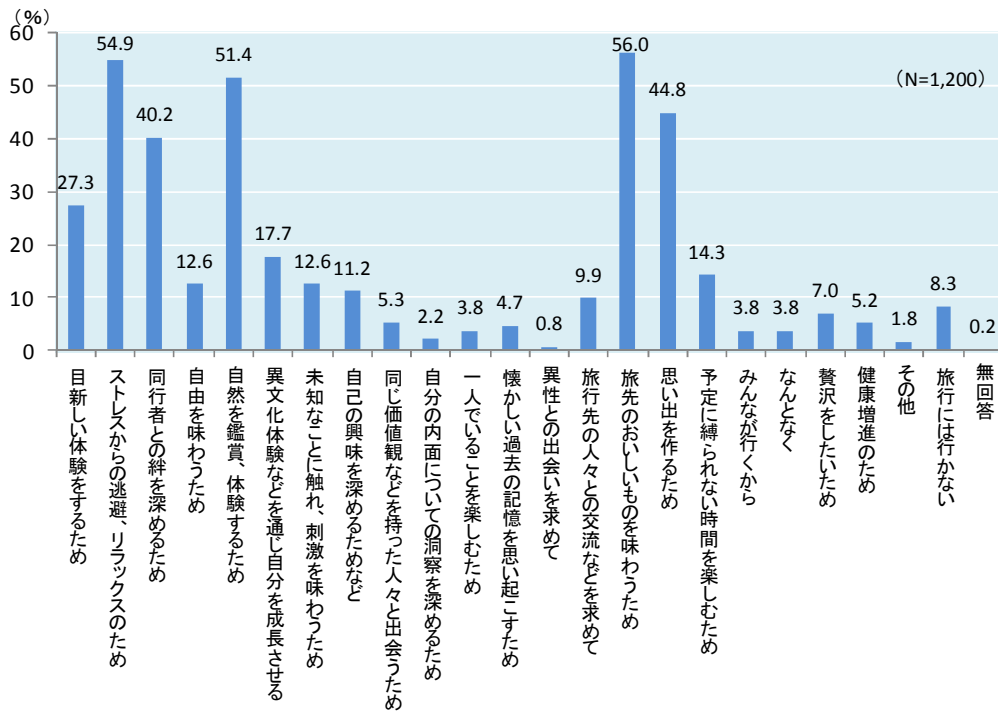
- ・全体では、「温泉旅行」、「自然観光」、「グルメ」、「歴史・文化観光」の順に多い。
- ・グラフにはないが、年代別・性別で傾向をみると、上位4項目は基本的には全体と同じ傾向だが、20代女性、30代女性では「歴史・文化観光」のポイントがかなり低い。
- ・また、会津美里町の資源に関わる項目として「町並み散策」は50代以上男女、「花の名所巡り」は50代以上の女性で上位に入っている。



出典：公益財団法人日本交通公社「JTB旅行年報2014」

③旅行動機

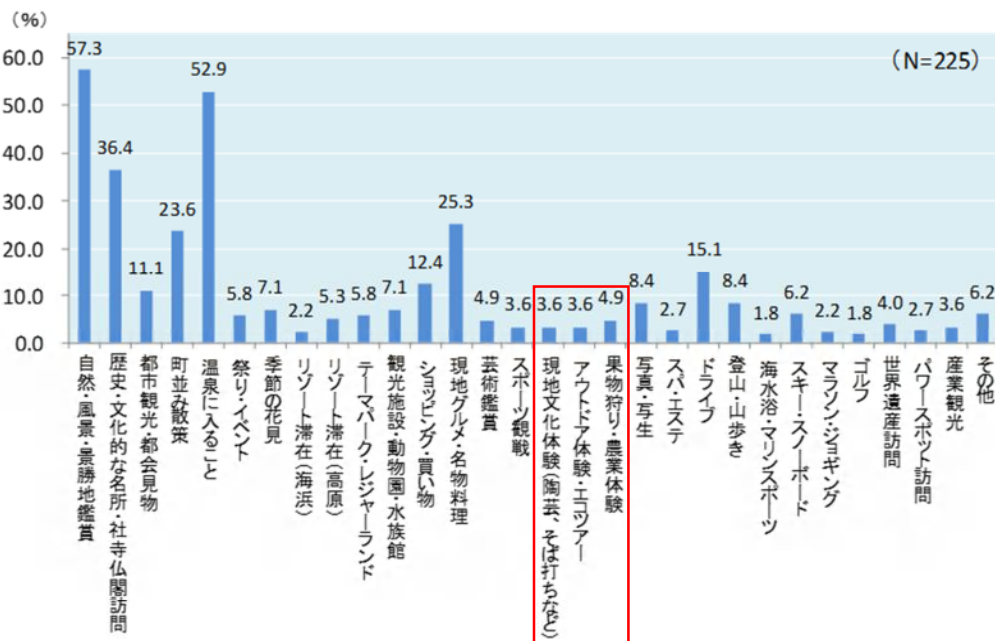
・半数以上の人が、おいしいものを味わう、ストレス逃避、自然鑑賞・体験を挙げており、次いで、思い出づくり、同行者との絆を深める、目新しい体験と続いている。



出典：公益財団法人日本交通公社「JTB 旅行年報 2014」

④旅行先別の現地活動（福島県）

・「自然・風景・景勝地鑑賞」、「温泉」は半数以上となっており、「名所・社寺仏閣訪問」、「グルメ」、「町並み散策」も多い。一方、「現地文化体験」、「アウトドア体験・エコツアー」、「果物狩り・農業体験」等の体験観光は5%に満たない。



出典：公益財団法人日本交通公社「JTB 旅行年報 2014」

2) オピニオンリーダー層のニーズ

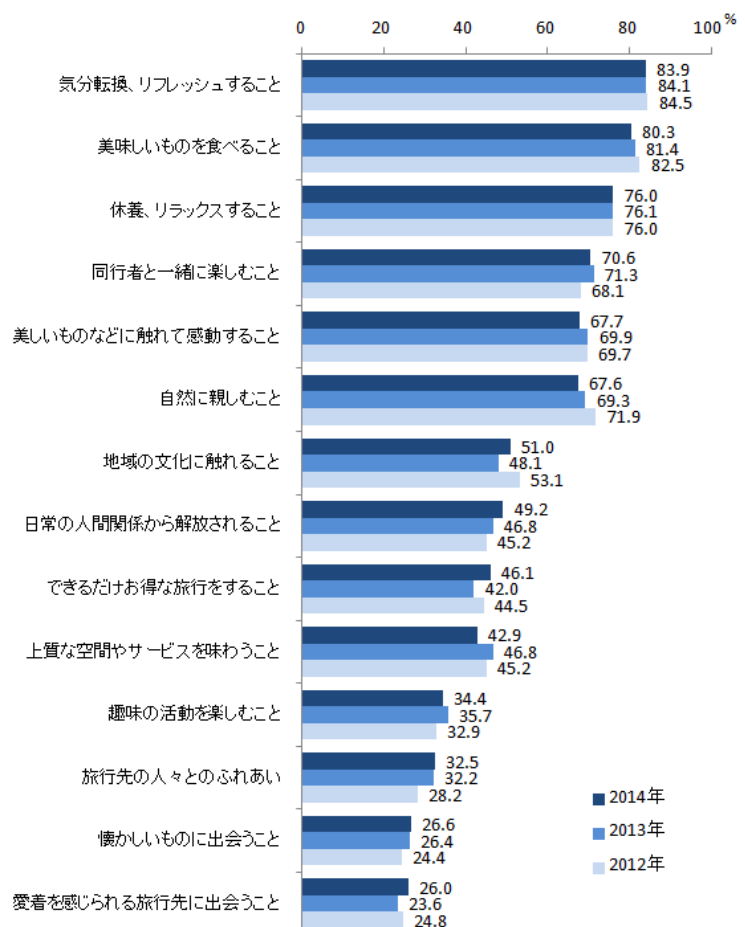
※オピニオンリーダー層：旅行好きの中でも、特に市場への先行性のある層

公益財団法人日本交通公社による「JTBF オピニオンリーダー層調査（2013年）」において、全国20歳以上69歳までの男女48,676人のうち、旅行が「大変好き」で、1年間に4回以上国内宿泊旅行（出張・帰省は除く）をし、主な観光地9箇所中2カ所以上の来訪経験があり、観光関連業界に勤めていない人。

- ・オピニオンリーダー層が国内旅行で重視したい項目は、前項における全体ニーズ（旅行動機）と大きな違いはない。
- ・今後増える旅行スタイルは、「温泉、自然体験、食」で、「格安旅行、いやし・ゆったり、鉄道の旅」への注目度が上がっている。
- ・ブランド力のある観光地の条件は「旅行の満足度が高い、観光サービス水準が高い、リピーターが多い」だが、他の層と比べて、「独自の世界観、事業者のプロ意識」を重視する傾向にある。

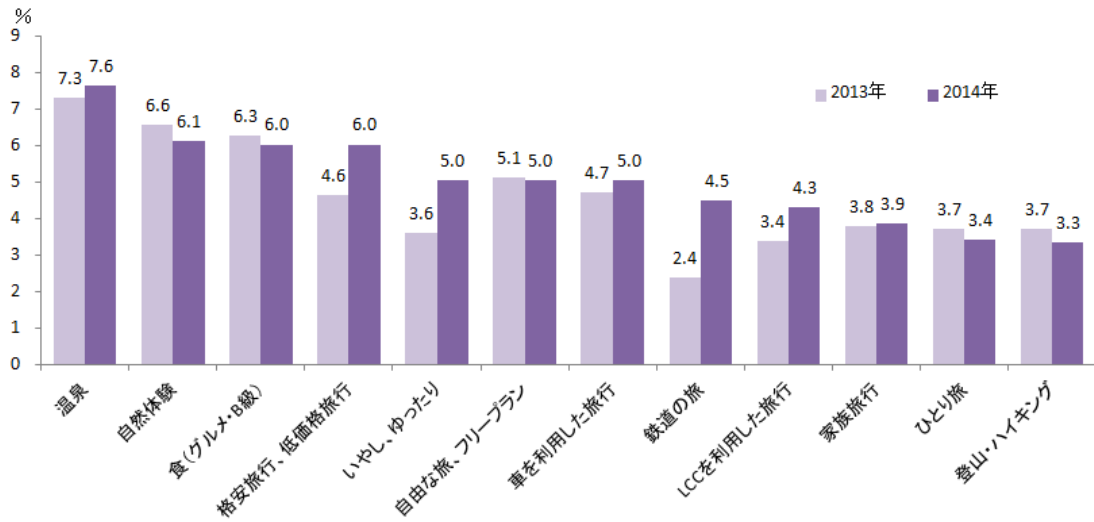
①国内旅行で今後重視したい点

・「気分転換・リフレッシュ」、「美味しいものを食べる」、「休養・リラックス」、「同行者と一緒に楽しむ」、「美しいものに触れて感動する」、自然に親しむ」が多い。



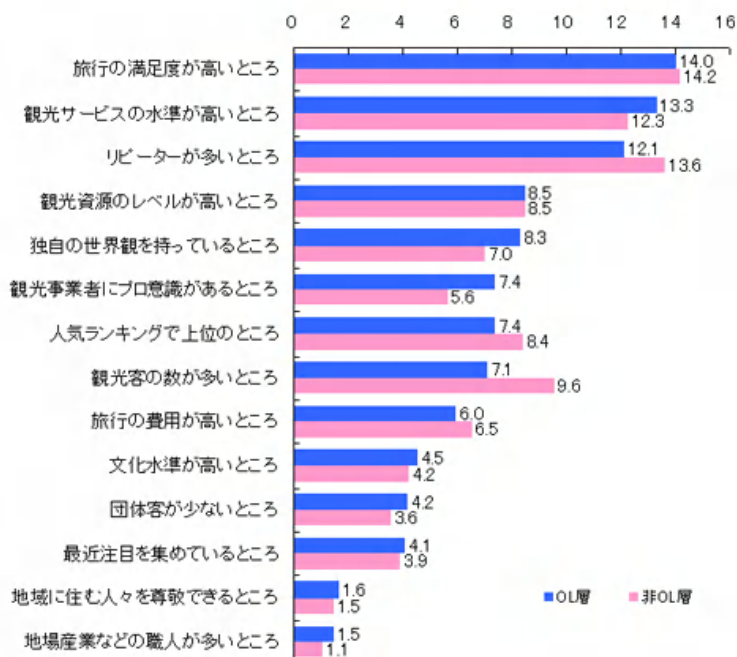
②今後増える旅行活動・旅行スタイル

- ・温泉、自然体験、食への関心が高い。
- ・また、格安旅行、いやし・ゆったり、鉄道の旅が伸びている。



③ブランド力のある観光地のイメージ

- ・「ブランド力のある観光地に当てはまるもの」は、オピニオンリーダー層（OL層）では、「旅行の満足度が高い、観光サービス水準が高い、リピーターが多い」の順に高くなっている。
- ・非オピニオンリーダー層（非OL層、年4回以上宿泊旅行をしているが、影響力や能動性等の点でOL層より下位にある層）と比較してみると、非OL層は「リピーターが多い、人気ランキングで上位、観光客の数が多い」を高く評価していることが分かり、OL層では、「独自の世界観、事業者のプロ意識」も比較的高く評価していることが分かる。



●参考：本調査における分析
左表の項目を大きく次のように分類することができる。

A. 「独自の世界観、地場産業の職人、地域に住む人々を尊敬できる」
＝固有性、差別化、オンリーワンの価値

B. 旅行費用が高い、観光客の数が多い、人気ランキングで上位
＝大衆性、知名度、多数派

→AかBのイメージの中で、他地域に対する高い競争力があれば、ブランド力が高く評価される。

参考：若者にとって旅にかかせないキーワード

出典：「ターゲットを巻き込み若者の旅行需要創出の可能性を探る～旅プロデュース部 in nittan」、『観光会議ほっかいどう』2015年夏号

- ・北海道胆振・日高地域（全 18 町、日胆地域）で開催された「nittan 地域戦略会議」において、若者（道内大学生）の参加による同地域の旅行プランを作成するワークショップ（全 15 回）が実施された。その中で、定性的な旅のキーワード探しが行われ、次の結果が得られた。
- ・これによると、「ネタになる」にあるように、SNS等での共有を楽しむ若者ならではのキーワードがある一方で、「探究心」のように本物を追求する志向や、「人とのふれあい・つながり」を重視していることが分かる。また、「非日常・初体験」、「食」は一般のニーズ調査結果でも関心が高く、世代に関係ない共通のキーワードと言える。

＜旅にかかせないキーワード＞

- 人とのふれあい・つながり
- ネタになる
- 探究心
- 非日常・初体験
- 食
- 節約

＜惹かれる旅行プランの傾向＞

- 友だちとの思い出づくり・絆
- 現地でのふれあい
- ネタになるもの（情報発信・共有）
- 地域色のあるもの（食・お酒・体験）
- とにかくワイワイ（サービスなくてOK）
- 自分たちの志向性で選べる

4. 周辺地域の状況

- ・会津美里町周辺には、人気の高い観光地が近接している（会津若松市街、裏磐梯、喜多方市街、大内宿等）。
- ・会津地方における主な歴史・文化資源は、喜多方市街、大内宿、鶴ヶ城天守閣等がある。温泉・健康資源では、東山温泉、芦ノ牧温泉の次に新鶴温泉への観光客入込数が多い。

①周辺地域の主な観光地と入込状況

- ・会津美里町の近隣には、総入込客数 200 万人以上の市町村が立地している。主な市町村の主な観光資源と入込数を整理する。

主な市町村	主な観光資源	入込数（万人）	総入込数（万人）
北塩原村	磐梯高原	208.1	266
会津若松市	鶴ヶ城	59.9	237
	会津若松市街	56.5	
	東山温泉	47.7	
	芦ノ牧温泉	22.6	
喜多方市	喜多方市街	104.7	202
	ふれあいパーク喜多の郷	33.9	
下郷町	大内宿	79.1	168
	道の駅しもごう	47.8	
	塔のへつり	34.2	
猪苗代町	長浜	26.3	154
	志田浜	20.8	
磐梯町	道の駅ばんだい	97.4	118
南会津町	道の駅たじま	28.0	100

※「市町村」は、観光客入込数が年間 100 万人以上の会津地方の市町村

※「主な観光資源」は入込数 20 万人以上のもの（ただし、スキー場は除く）

出典：福島県観光客入込状況（平成 26 年分）

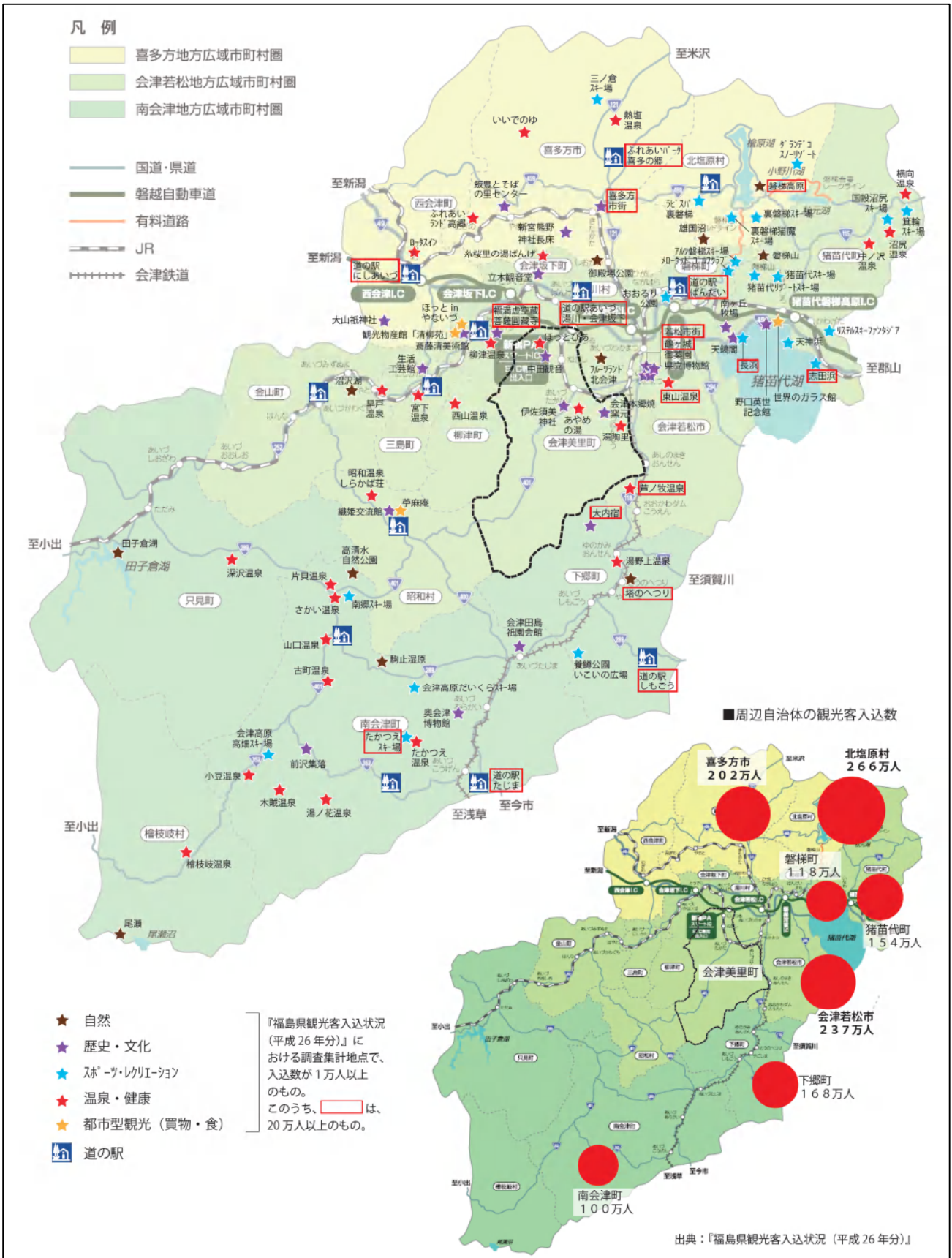
②カテゴリー別にみた主要観光地（歴史文化、温泉・健康）

- ・「福島県観光客入込状況」において、町の主な観光地として設定されている伊佐須美神社、中田観音、会津本郷焼窯元、ほっとぴあ新鶴等 3 施設が属するカテゴリーである「歴史・文化」及び「温泉・健康」について、観光客入込数が会津地方内で上位 6 位の観光地を整理する。

カテゴリー	観光地	市町村	入込数（万人）
歴史・文化	伊佐須美神社	会津美里町	145.4
	喜多方市街	喜多方市	104.7
	大内宿	下郷町	79.1
	鶴ヶ城天守閣	会津若松市	59.9
	会津若松市街	会津若松市	56.5
	福満虚空蔵菩薩園蔵寺	柳津町	47.4
温泉・健康	東山温泉	会津若松市	47.4
	芦ノ牧温泉	会津若松市	22.6
	新鶴温泉	会津美里町	12.3
	糸桜里の湯ばんげ	会津坂下町	10.5
	深沢温泉	只見町	10.0
	湯陶里	会津美里町	9.3

出典：福島県観光客入込状況（平成 26 年分）

■ 広域地域資源図（会津地方）



③休日の滞在人口の状況（「地域経済分析システム（リーサス）」による分析）

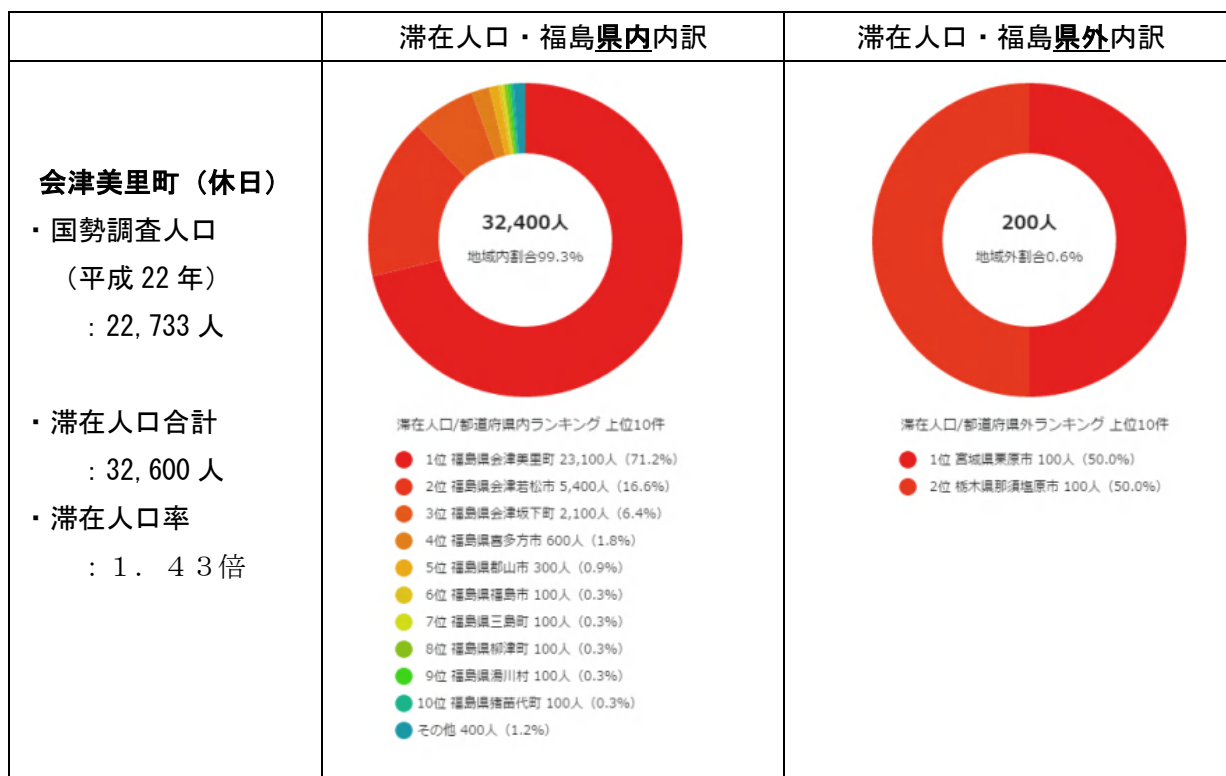
- ・会津美里町の休日の滞在人口（町内に2時間以上滞留した人）は32,400人で、その内、約71.2%が町内からで、町外からの来訪のほとんどは会津若松市等の近隣都市を中心とした県内からとなっている。広域からの観光客と言える県外からの滞在人口は200人（人口の0.6%）で、近隣3自治体と比較し、少ない状況である。

■休日の滞在人口の状況／2014年4月

都市名	居住人口 (人)	滞在人口		内、県外人口	
		人	比	人	%
会津美里町	22,733	32,600	1.43	200	0.6
会津若松市	125,279	201,300	1.72	13,700	6.3
喜多方市	52,251	77,000	1.47	3,400	4.4
下郷町	6,461	12,500	2.09	1,000	7.4

※滞在人口とは、「地域経済分析システム」による定義で、域内での滞留時間が2時間以上の人口の推計値

■会津美里町の滞在人口の内訳



出典：株式会社 Agoop「流動人口データ」

※情報提供の承諾を得たスマートフォン利用者の位置情報等のデータを元にした推計データ
Copyright (C) 2015 Agoop Corp. All Rights Reserved.