

2019年11月13日

ニュースリリース

大村市  
一般社団法人 Publitech  
株式会社デジタルガレージ  
株式会社 True Data  
株式会社 unerry  
協力：長崎県

データプラットフォームを通じて大村湾の稼ぐチカラを醸成する  
**大村湾沿岸地域の活性化を目指す「大村湾データコンソーシアム」設立**

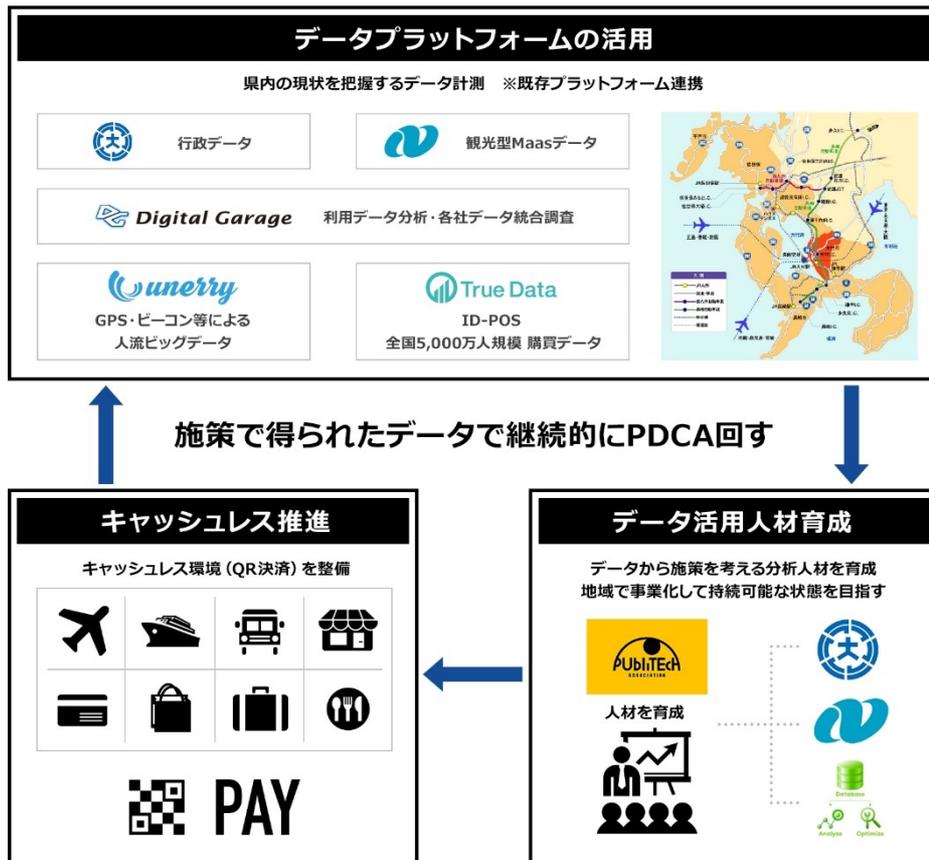
大村市、一般社団法人 Publitech、株式会社デジタルガレージ、株式会社 True Data、株式会社 unerry の5者は、「大村データプラットフォームコンソーシアム」の設立に向けて取り組んでいましたが、今回新たに長崎県の協力も得て、大村湾全体のデータの見える化と社会課題の解決に向け、大村湾沿岸地域の活性化を目指す「大村湾データコンソーシアム」を設立します。

本コンソーシアムは、民間企業が持つ人流解析&購買分析データと大村市の行政データ、さらに、長崎県が検討を進める観光型 Maas データを連携させることで、新たなデータプラットフォームを構築します。このプラットフォームを活用し、大村湾周辺の施策効果を可視化する仕組みをつくり、さまざまな社会課題に対して新たなサービスや事業の創出を図る戦略立案、キャッシュレス決済のインフラ整備、課題となる地域のデータ活用人材の育成など多角的な取り組みを展開することを通して、地域において持続可能なスマートシティの実現を目指します。

■背景

大村湾沿岸地域は、約100万人の人口を有し、豊富で多彩な資源に恵まれています。長崎空港の利用者は300万人を超え、九州新幹線西九州ルートの開業など、ビジネスや観光の商圈拡大が期待されています。一方で、大村市は、県外、県内交通の重要結節点であるものの、ビジネス、観光客の利用は少なく、「素通りの街」化しています。ヒト、モノ、コト、カネ、エネルギー、情報などが大村湾地域内をめぐり、大村湾沿岸全体で「地域の稼ぐチカラ」を醸成するため、まずは、データを活用した街づくりを大村市から始動します。

■ 概要



<具体的な取り組み>

- ・ 人流解析&購買分析データと行政データ、観光型 Maas データを活用し、新たなサービスや事業の戦略立案
- ・ 大村湾周辺の施策効果を可視化する仕組みづくり
- ・ キャッシュレス決済のインフラ整備
- ・ データ活用人材の育成 など

<参画団体、企業>

- 一般社団法人 Publitech
- 株式会社デジタルガレージ マーケティングテクノロジーカンパニー
- 株式会社 True Data
- 株式会社 unerry

■ 今後の展開

本コンソーシアムは、地域居住者を対象に、大村湾で生産された、ヒト、モノ、コト、カネ、エネルギー、情報がエリア内で循環する仕組み化と、大村湾沿岸地域を訪れる観光客を対象とした、「大村湾」としてブランディング、観光施設、産品開発を行い、エリア内での購買行動を促進する仕組みづくりを予定しています。また、本コンソーシアムのノウハウを、同様の課題を持つ他地域や他県へ展開を図っていくことで、地方の生活者支援、地方創生といった日本全体の社会課題に取り組んでまいります。

【本リリースに関するお問合せ】

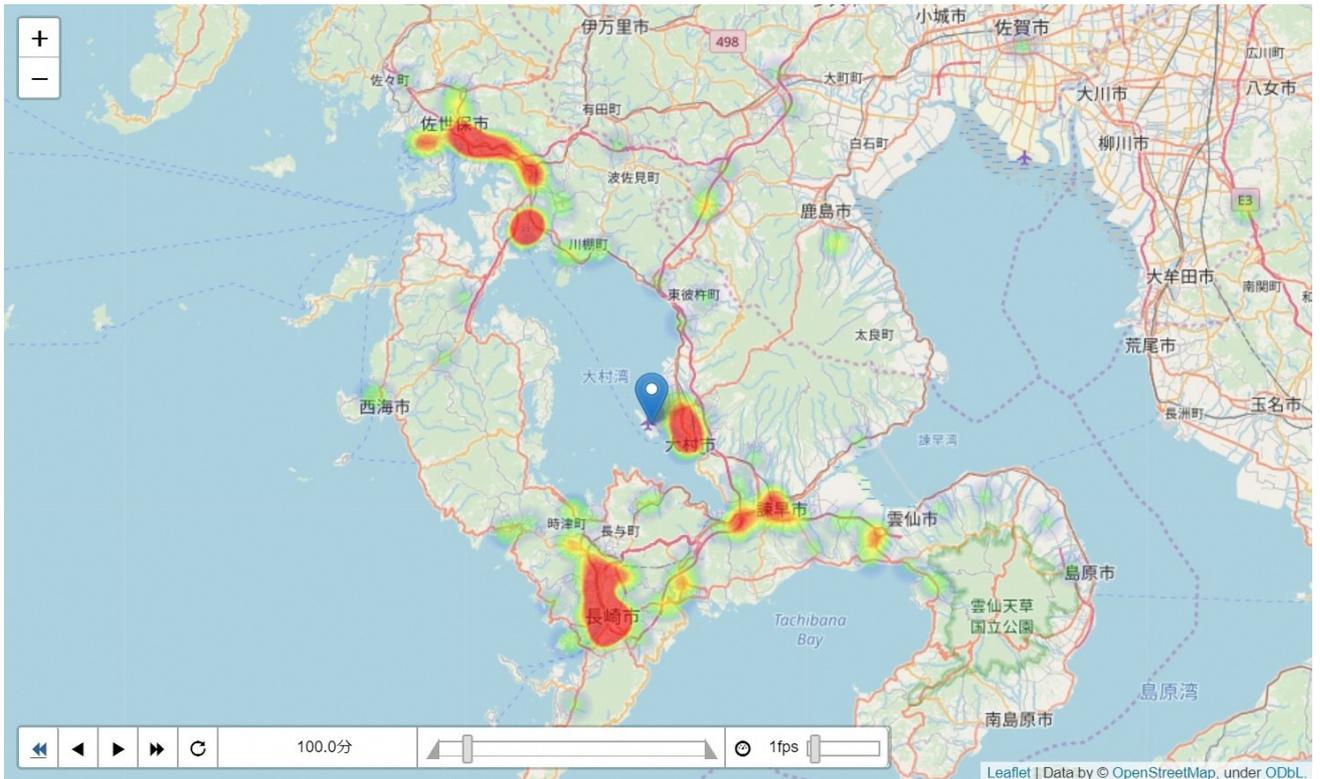
大村湾データコンソーシアム事務局長 リリース担当 山口

TEL 090-7260-1732

Email info@publitech.jp

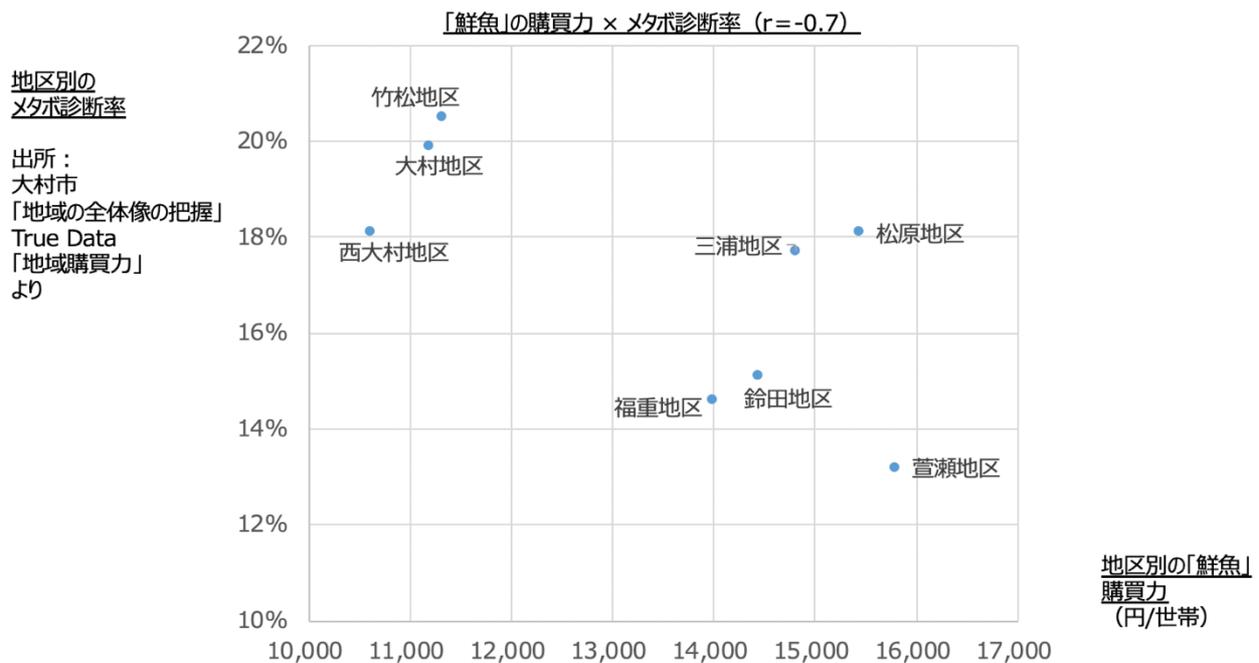
(添付資料)

### ■大村湾沿岸地域の人流解析データ

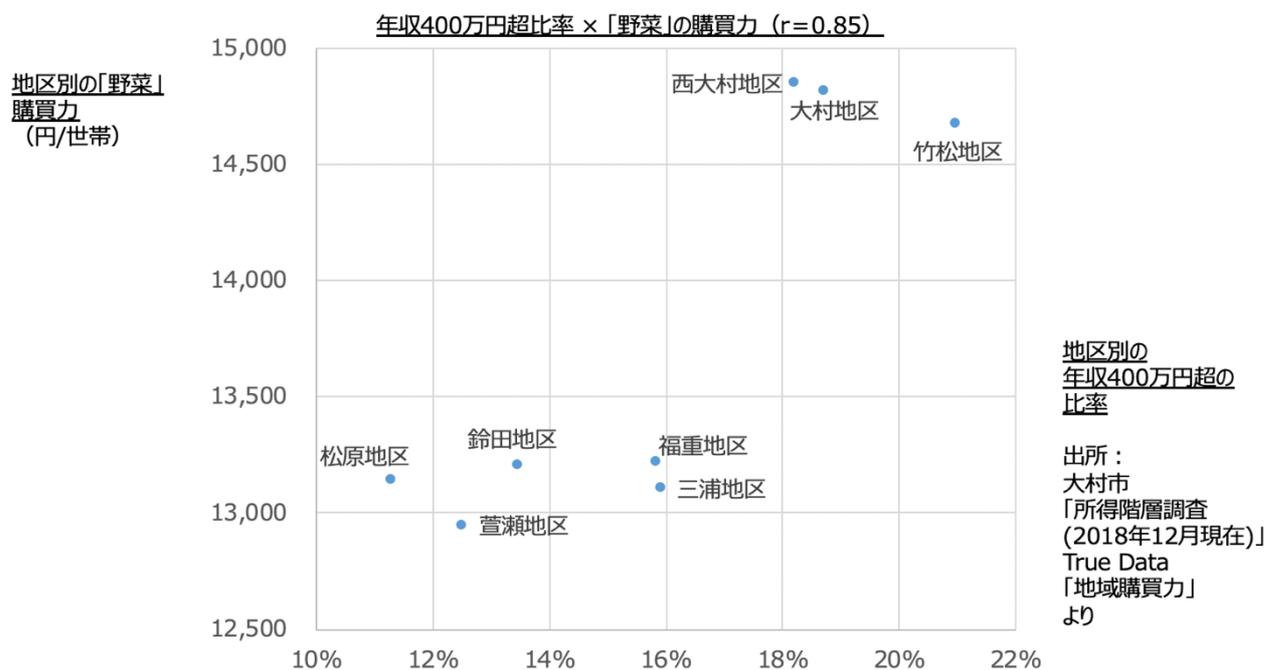


### ■地域購買力と地域の統計の掛け合わせ

(1) 地域により購買力の差が大きい「鮮魚」を見ると、地区別の鮮魚の購買力とメタボ診断率は、負の相関をしている



(2) 地域により購買力の差が大きい「野菜」を見ると、年収が高い地域ほど野菜の購買力が高い傾向がある

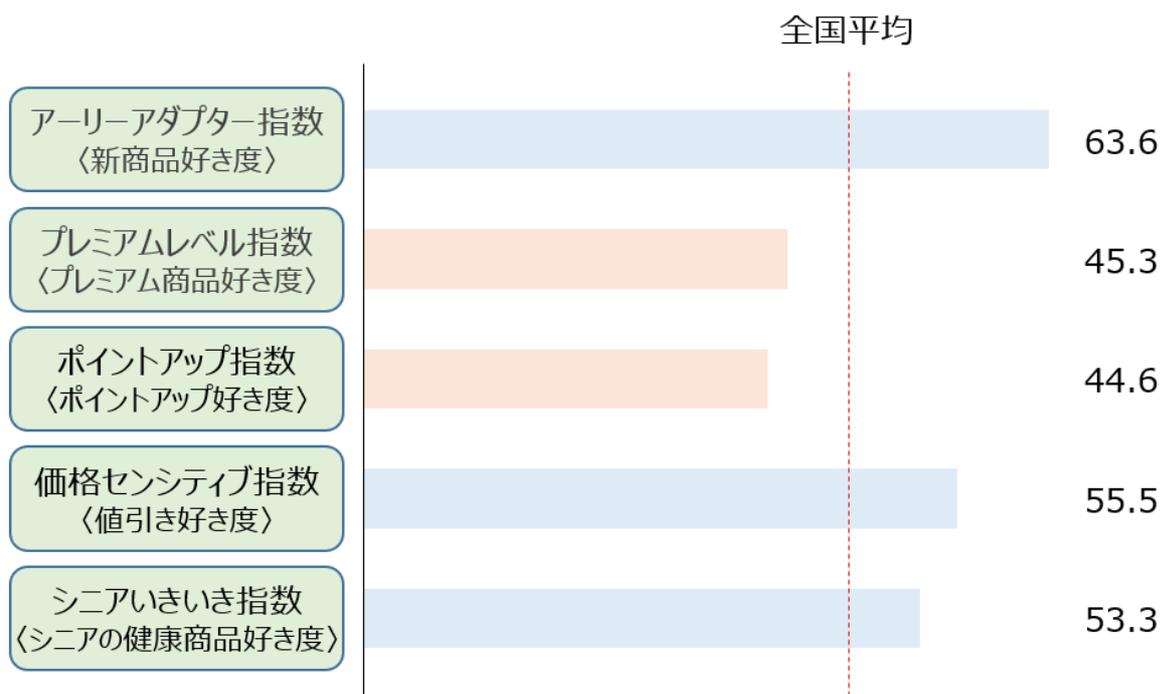


## ■長崎県の嗜好指数

### (1) VS 全国

長崎県の嗜好指数を、全国と比較

長崎県は、新商品好き度が比較的高く、ポイントよりも値引きを好む傾向があり、シニアいきいき指数も高め



出所：  
TrueData  
「DataCOLORS」より

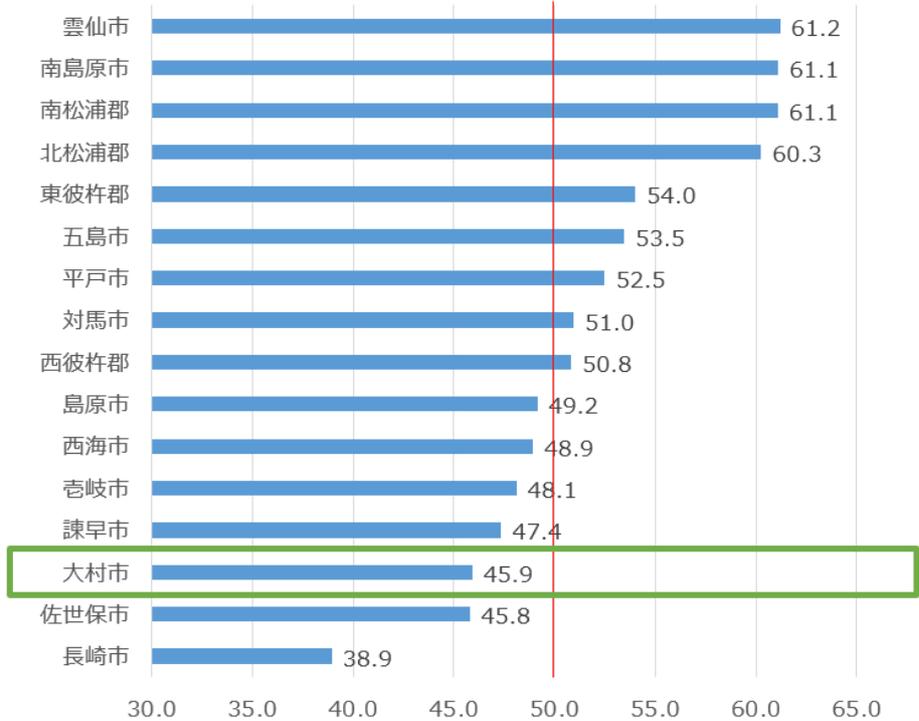
(2) 長崎県の市別嗜好指数

新しい商品を好む傾向は、長崎県全体では高めだが大村市では全国平均(50.0)をやや下回るレベルで、定番商品・保守的な商品をより好む傾向が高い

アーリーアダプター指数  
〈新商品好き度〉

新商品が発売されてからどの程度の期間で購入したかによって、新商品好きか・定番商品好きかを評価

出所：  
TrueData  
「DataCOLORS」より

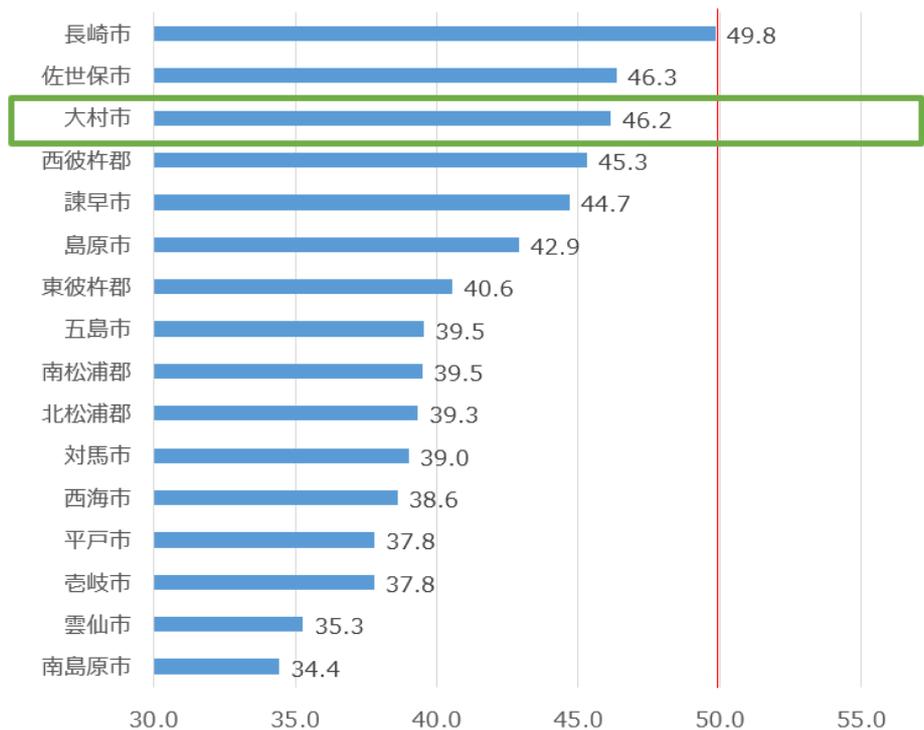


プレミアム商品を好む傾向は、長崎市では全国平均と同程度  
大村市は、それよりも少し低いが、長崎県全体の中では上位に位置する

プレミアムレベル指数  
〈プレミアム商品好き度〉

プレミアム商品(通常よりも少し高級な商品)を購入しがちかどうかを評価

出所：  
TrueData  
「DataCOLORS」より

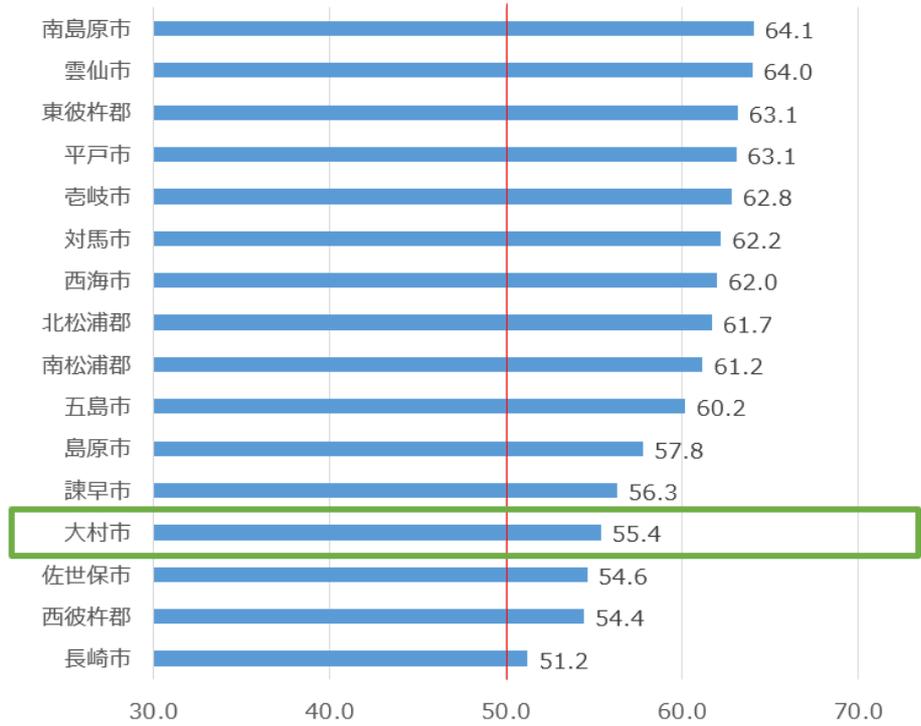


値引き好き度は、長崎県全体で高め  
大村市は、長崎県の中では下位だが、全国平均(50.0)を上回っている

### 価格センシティブ指数 (値引き好き度)

同じ商品であっても、  
通常価格ではなく、  
値引きされたタイミングで  
購入するかどうかを評価

出所：  
TrueData  
「DataCOLORS」より

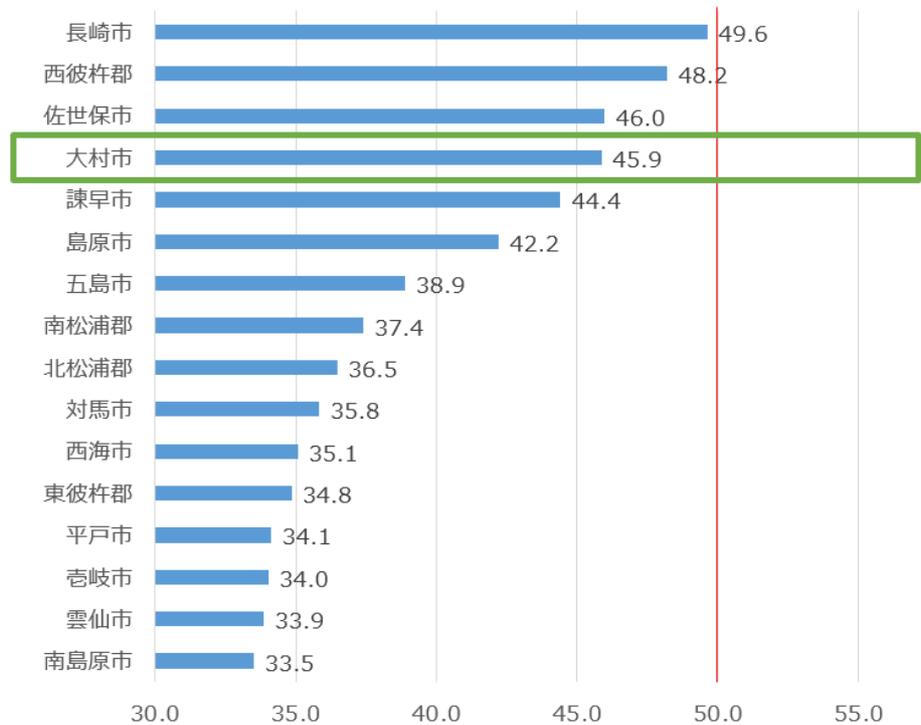


一方で、ポイント好き度は長崎県の中では高めだが、全国平均(50.0)は下回っている

### ポイントアップ指数 (ポイントアップ好き度)

同じ商品であっても、  
通常日ではなく、  
ポイントが多く付与され  
るタイミングで購入するか  
どうかを評価

出所：  
TrueData  
「DataCOLORS」より



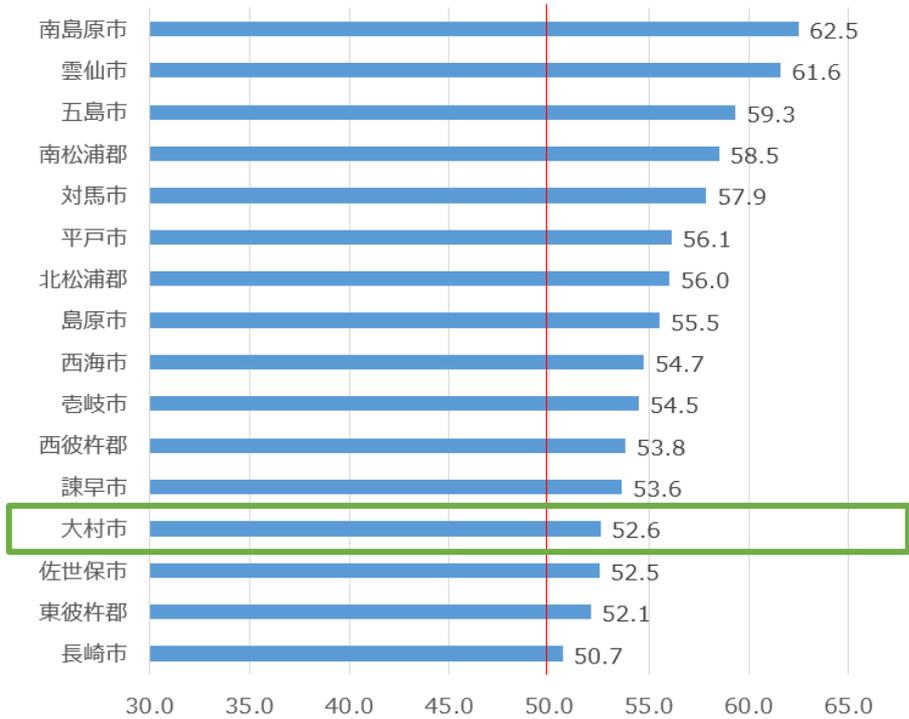
シニアいきいき指数は、全国平均(50.0)に近い

周辺の市郡はより高くなってきており、今後に向けた対策も必要になってくるのではないかと

シニアいきいき指数  
(シニアの健康商品好き度)

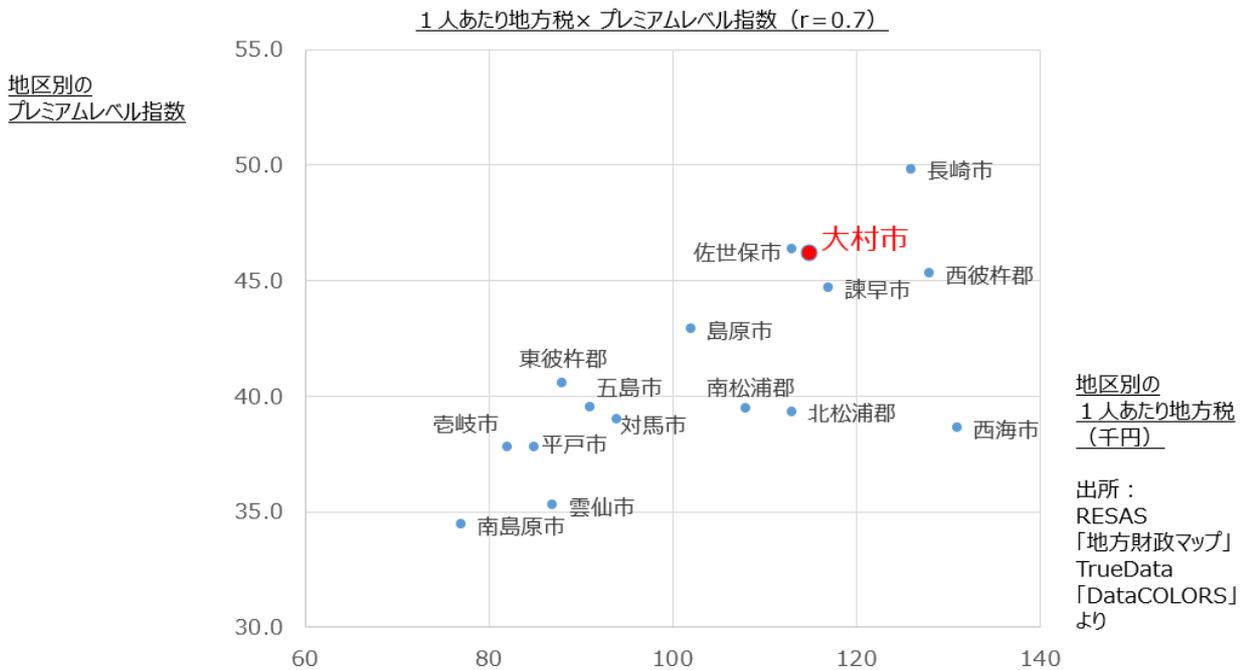
「コンドロイチン」や「セサミン」といった、シニアの健康を支援する商品を好みがちかを評価

出所：  
TrueData  
「DataCOLORS」より



嗜好指数と地域の統計の掛け合わせ

(1) 市郡別の1人あたり地方税(≒収入)と、プレミアムレベル指数を比較すると、相関が高い



(2) 年収ゼロ円（年金ぐらし含む）比率が高い方が、価格へのセンシティブリティが高くなり、同じ商品でもより安いタイミングで購入する傾向がある

