

人流データを活用した 都内訪問者の行動傾向

Vol.2

～最近急上昇した訪問スポットは どこか？～

発行日：2025年3月27日

発行者：公益財団法人東京観光財団(TCVB)

協力：東京都立大学都市環境学部観光科学科ツーリズム・モビリティ計画学研究室



はじめに

- 公益財団法人東京観光財団（以下「TCVB」という）は、令和4年度より人流データを活用した観光動態分析ツール、「おでかけウォッチャー」を導入しました。本ツールでは、携帯電話のGPS情報※データを活用し、広範囲、かつ大規模な人流データをリアルタイムで取得し、都内観光スポットへの来訪者数、来訪者の属性等を分析することが可能です。 ※140以上のスマートフォンアプリを通じて利用者から明示的な同意を得て取得した月間2,500万人の国内居住者の位置情報
- 現在、都内の主な観光スポットを含む約1,900か所をモニタリング地点として登録し、国内在住者の東京都への来訪者動向の把握のために活用しています。
- また、令和6年度は、都内の6つの観光協会・自治体等と共同運営しており（TCVBと同一のダッシュボードを利用）、各自治体における観光人流の把握やマーケティング活動にも活用いただいております。
- TCVBは本年度より、本取組をより多くの自治体や観光協会の皆様にお役立ていただけるよう【東京都立大学都市環境学部観光科学科ツーリズム・モビリティ計画学研究室（清水哲夫教授）】にご協力いただき、「おでかけウォッチャー」から分かる都内の来訪者傾向等についてレポートを公開することと致しました。
- Vol.2となる本レポートでは「おでかけウォッチャー」の活用から分かる東京都6自治体内の急上昇スポットについて、その抽出方法の試行と併せて分析したものです。
- 本レポートが、都内の自治体や観光産業に関わる皆様の地域における訪問者傾向の現状把握や、マーケティング活動の一助となれば幸いです。

CONTENTS

1. 急上昇スポットの選出方法と要因分析の方法を考える（スライド2～4）
2. 分析自治体の急上昇スポットの分析（スライド5～11）
3. 本レポートから分かること：まとめ（スライド12）

「おでかけウォッチャー」で分かること
日、週、月単位等で、以下の情報が分かる。
※対象は国内在住者のみ

1. 来訪地分析（どこへ来ているのか）
2. 発地分析（どこから来ているのか）
3. 属性分析（どんな層がきているのか）
4. 前後別周遊分析（どことどこを周遊しているのか）
5. 旅程分析（日帰り・宿泊比率）
6. 時間分析（時間帯別来訪者）



1. 急上昇スポットの抽出方法と要因分析の方法を考える

おでかけウォッチャーでは、登録されているモニタリングスポットの来訪者数が分かります。この特徴を生かして、短期間で来訪者数が増加したスポットを抽出することが可能になるかもしれません。今回は中央区、港区、台東区、墨田区、練馬区、八王子市を対象に、**2023年1月から2024年12月までの24ヶ月の月間来訪者数のデータ**を使用して急上昇スポットを抽出することを考えます。抽出した急上昇スポットについて、インターネット公開情報などからその要因を推測していきますが、登録スポット間の来訪者数変動傾向の類似性にも着目していきます。
▼具体的には以下の3つの分析を実施しています。

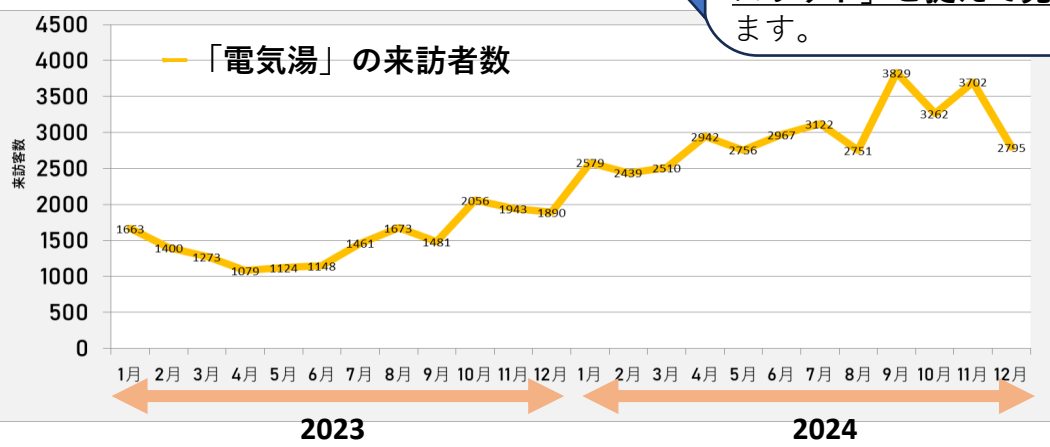
分析観点①：前月からの増加率



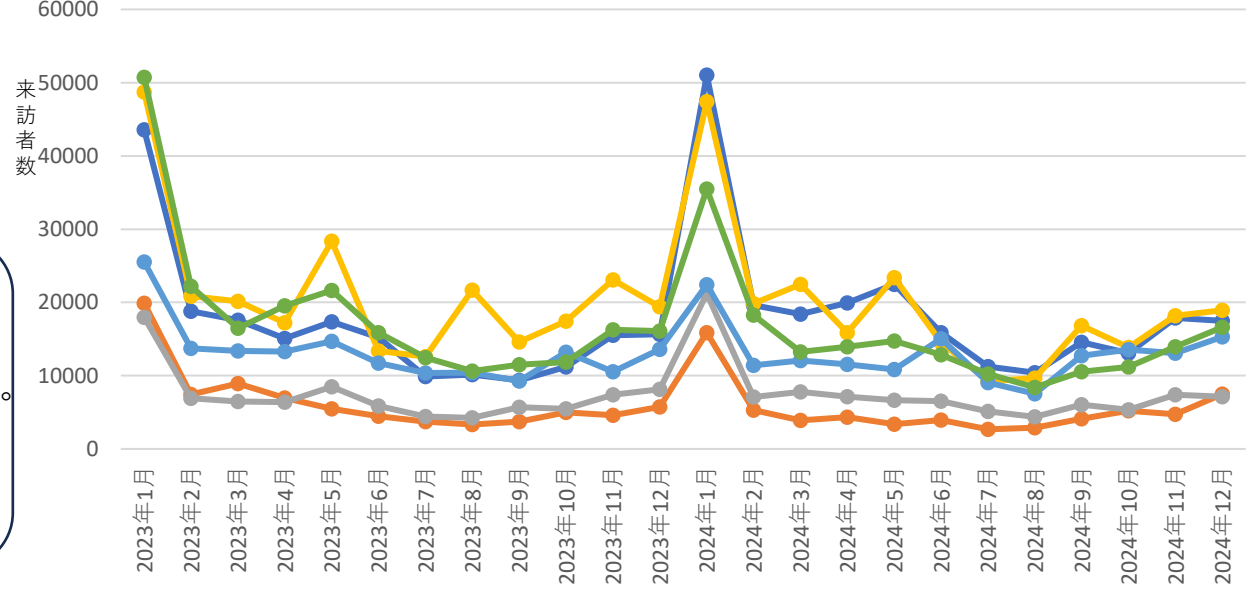
例えば、左のスポットでは、2024年の秋以降の来訪者数の増加傾向が見られます。**前月からの増加率が例えば50%を超えるようなスポットを「急上昇スポット」と捉えて見る**ことにします。

例えば、左下のスポットでは、2年間で来訪者数が安定して増加し続けた結果、2023年よりも2024年の来訪者数が2倍近く増加しています。**前年からの増加率が例えば20%を超えるようなスポットも「急上昇スポット」と捉えて見る**ことにします。

分析観点②：前年からの増加率



分析観点③：月間来訪者数の変動傾向の類似性



例えば、上の複数のスポットの来訪者数の変動パターンは似通っているように見えます。スポットタイプの距離が相互に離れている場合、この変動パターンはそのタイプに特徴的なものと考えられます。しかし、異なるタイプのスポット間で変動パターンが類似している場合、それらが近接していれば、あるスポットの来訪者変動が周辺スポットのそれにも影響を与えたと考えられるかもしれません。そこで24ヶ月間の来訪者数の相関係数を算出し、例えば【0.8以上】であれば変動パターンが似通っていると判断してみることにします。

1 - 1 .分析観点①②で抽出した各地域の「急上昇スポット」数

- ▼全体的に2023年よりも2024年の方が、急上昇スポット数が多い傾向にあるようです。
- ▼特に墨田区は全期間に渡って多くの急上昇スポットが抽出されています。
- ▼1月、10月、11月あたりに急上昇スポットが増える傾向も確認できます。
- ▼2023年5月に新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、年間としても来訪者数が大きく増加したスポットも散見されています。

地域	対象スポット数	2023年（分析観点①前月からの増加した「急上昇スポットの数」）										
		1→2月	2→3月	3→4月	4→5月	5→6月	6→7月	7→8月	8→9月	9→10月	10→11月	11→12月
中央区	104	2	7	3	7	5	4	3	7	10	5	4
港区	101	5	14	6	7	6	6	10	6	9	9	5
台東区	52	4	8	6	5	4	6	3	7	6	8	4
墨田区	79	7	13	3	10	7	4	9	19	8	12	5
練馬区	22	1	3	1	2	3	2	1	1	3	3	2
八王子市	73	4	17	14	8	1	7	6	7	19	20	0

分析観点②
前年からの
増加率が
20%以上
だった「急
上昇スポッ
ト」数

地域	2024年（分析観点①前月からの増加した「急上昇スポットの数」）											
	12→1月	1→2月	2→3月	3→4月	4→5月	5→6月	6→7月	7→8月	8→9月	9→10月	10→11月	11→12月
中央区	5	5	9	4	7	6	6	2	7	8	10	11
港区	11	5	20	4	6	0	6	8	12	7	11	3
台東区	13	2	3	5	6	3	4	3	4	8	10	1
墨田区	20	5	14	9	13	5	12	8	13	13	8	13
練馬区	2	2	2	6	3	3	1	1	1	2	3	2
八王子市	8	9	17	15	5	2	3	7	6	12	17	2

2023→
2024年

※オレンジ色のセルは全スポットの10%以上が急上昇した場合、赤字は20%以上が急上昇した場合である

2.各地域の「急上昇スポット」とは？具体的な事例の分析・考察

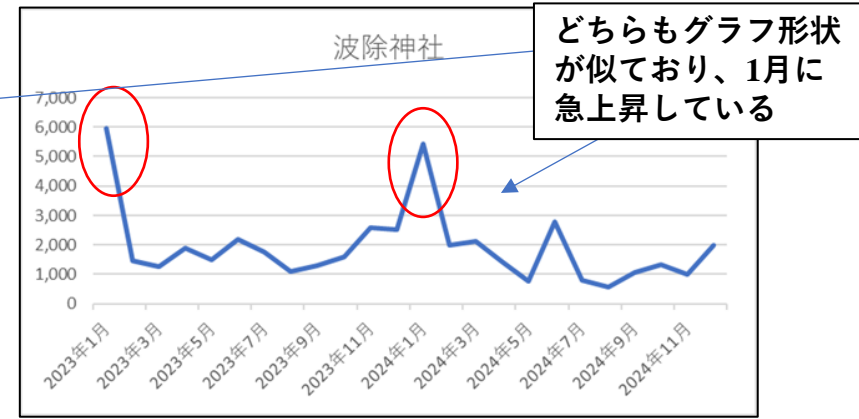
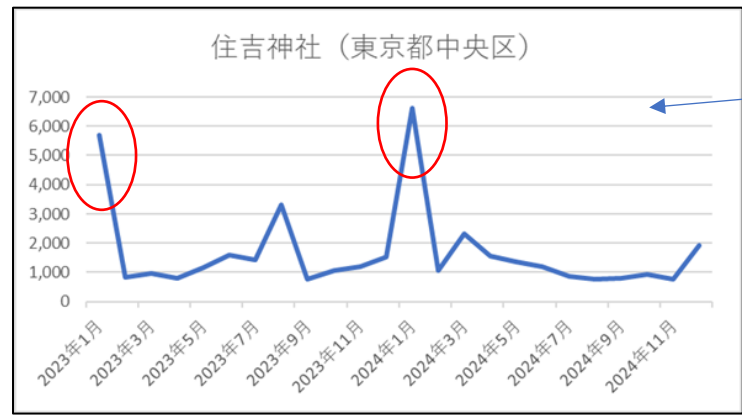
次頁以降に、具体的な各地域の「急上昇スポット」を紹介します。用いた分析観点と各地の「急上昇スポット」は以下の通りです。

地域	用いた分析観点	スポット名
中央区	分析観点③	住吉神社、波除神社
	分析観点①	小網神社
港区	分析観点③	区内の複数の寺社仏閣
	分析観点①	乃木神社
台東区	分析観点②	元三島神社、台東区立書道博物館
墨田区	分析観点③	両国国技館、両国江戸NOREN
	分析観点②	電気湯
練馬区	分析観点①③	ワーナーブラザーズスタジオツアー東京
八王子市	分析観点①②③	高尾山周辺のスポット

各スポットの分析詳細は次頁から

2-1.中央区【住吉神社】 【波除神社】 【小網神社】 ～特徴的な来訪者変動パターン～

分析観点③を通じて、中央区内で相関係数が大きいスポットを算出した結果、【住吉神社】と【波除神社】の相関係数が0.844であり、右図に示すように、来訪者数の変動パターンが似通っていることを確認しました。
 これは、多くの神社で見られる初詣時期の急上昇を反映したためと考えられます。

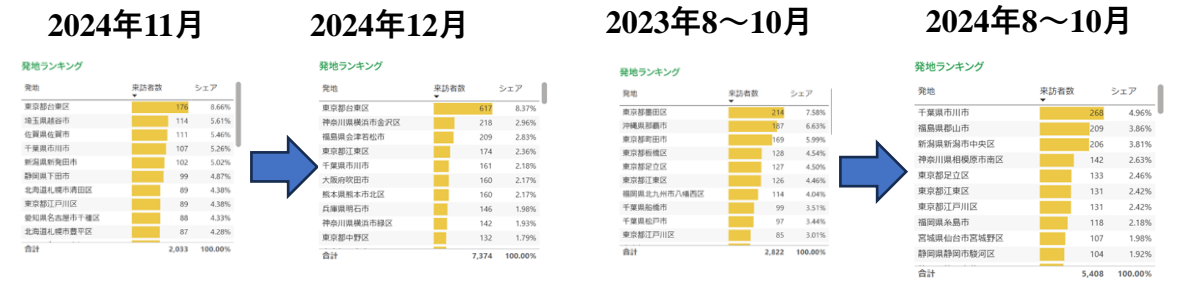


一方、**分析観点①**を用いた【小網神社】では、下のグラフの通り、2023年の月別増加率が大きくなく、2024年1月の増加率も他の神社と比べて大きくありません。しかし、2024年9月頃から大きな増加率が観測されています。この原因について、発地分析の機能を用いて考察します。



地理院地図を加工

【小網神社】変化が大きい時期の発地分析と来訪者増の理由とは？



増加率が大きかった2024年11～12月、および、年間での変化を調べるため、2023/2024年両年8～10月における合計来訪者数の発地に注目しました。
 2024年11～12月は3倍以上の増加を示し、近隣の台東区（両月ともシェア首位）からの来訪者数が3倍以上に増加する一方、首都圏外の遠隔地の自治体（佐賀、新潟、北海道等）からの来訪者数も軒並み増加していることから、**全国から来訪者が一定程度増加した可能性があります。**
 一方、2023年と2024年の8～10月も2倍程度の増加を示しています。この急上昇の原因は、2024年に首都圏外の自治体からの来訪者が増えたためです。この原因について、時期と合わせて確認をしてみたところ、**この神社は、2024年に入ってから、あるタレントがSNSで紹介した形跡があり、これにより知名度が向上した可能性があると考えられます。**

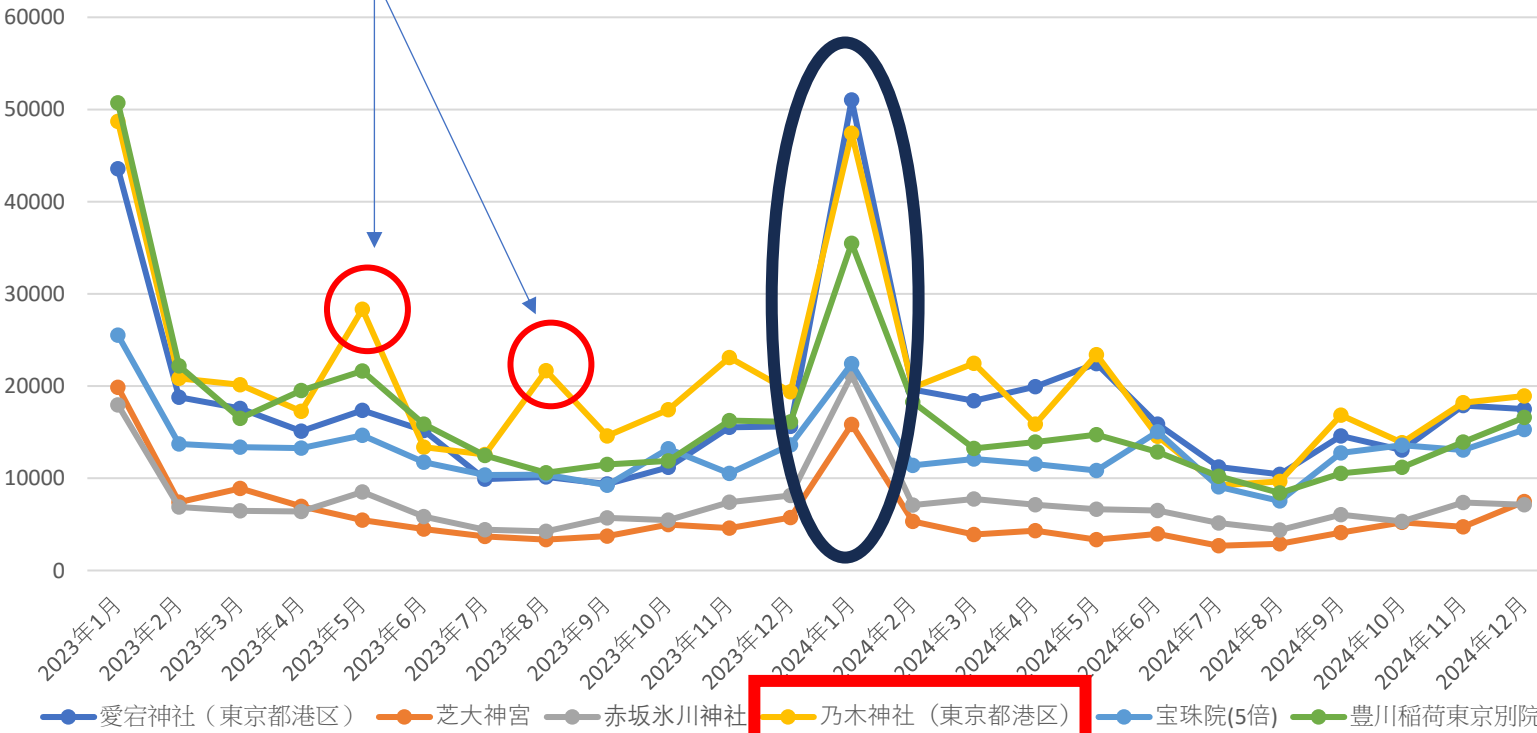
2-2.港区【乃木神社】～聖地巡礼？特徴的な来訪者数変動パターン①～

港区内のスポットを**分析観点③**により分析すると、相関係数が0.90以上のスポットの組み合わせは右の表の8つになりました。そのうちの6つは寺社仏閣同士の組み合わせとなっており、来訪客数の推移が非常に類似していることが下のグラフから読み取れます（グラフ形状の類似性を分かりやすく表現するため、宝珠院は元の来訪者数の5倍にして表示しています）。

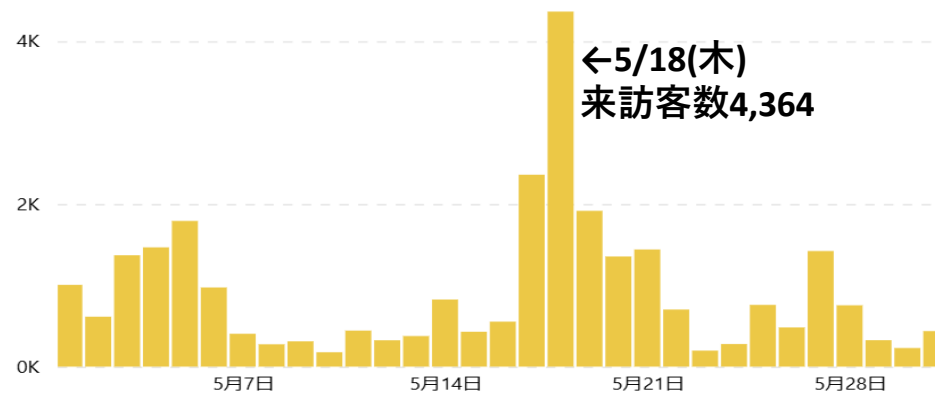
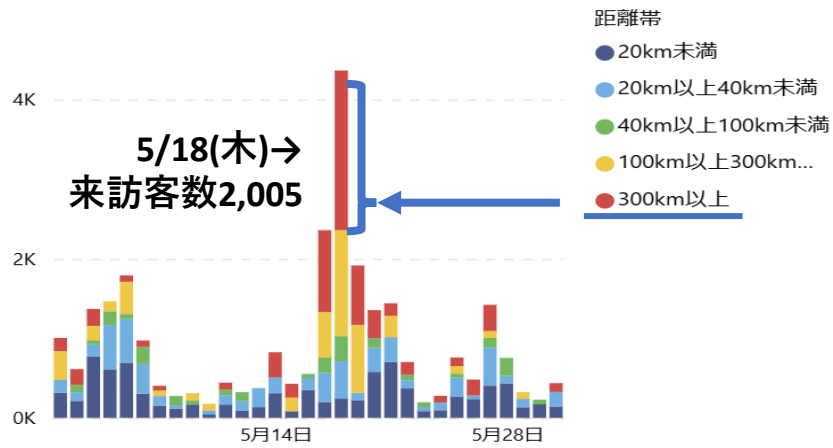
また2023年、2024年共に各スポットの**1月の来訪客数が他の月に比べて急上昇**しており、分析①で確認すると、2023年12月から2024年1月の増加率は、宝珠院（1.6）を除いていずれも**2.0**を超えています。発地分析の機能を使用して確認したところ、**東京都や神奈川県から初詣を目的に来訪した人が多い**ことが分かりました。

一方【乃木神社】では、2023年の5月と8月にも一時的な急上昇が見られており、次ページでその理由を考察していきます。

スポット名	スポット名	相関係数
1) 愛宕神社	赤坂氷川神社	0.972
2) 新橋飲み屋街	品川駅港南商店街	0.957
3) 芝大神宮	豊川稲荷東京別院	0.950
4) 赤坂氷川神社	乃木神社	0.929
5) 芝大神宮	宝珠院	0.929
6) アクアシティお台場	デックス東京ビーチ	0.927
7) 愛宕神社	乃木神社	0.914
8) 乃木神社	豊川稲荷東京別院	0.904



2-2.港区【乃木神社】～聖地巡礼？特徴的な来訪者数変動パターン②～



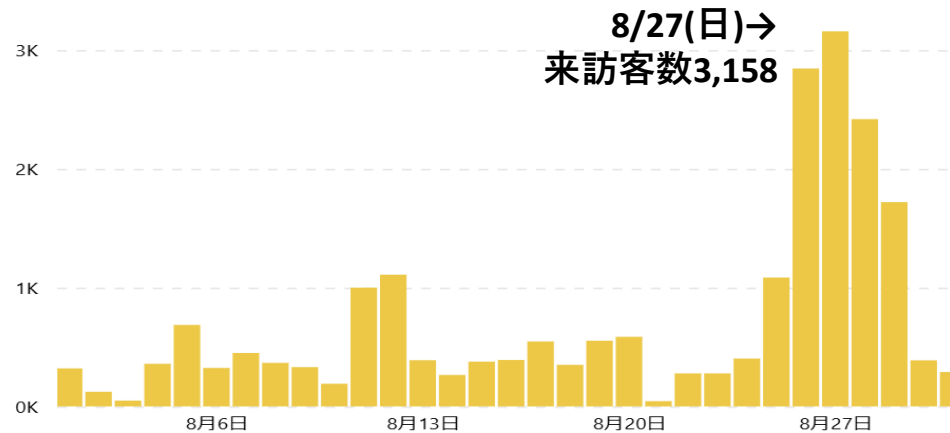
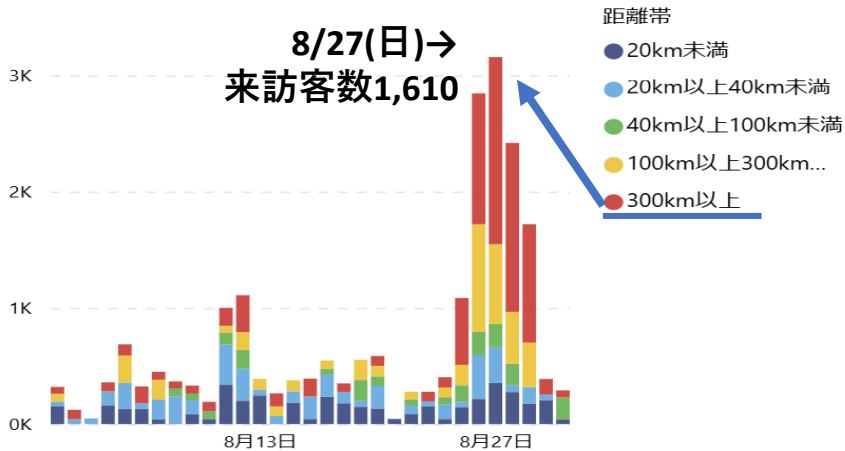
発地	来訪者数	シェア
愛知県名古屋市名東区	170	3.90%
大阪府摂津市	140	3.21%
福岡県古賀市	113	2.59%
福岡県糸島市	113	2.59%
埼玉県所沢市	106	2.43%
宮城県仙台市泉区	97	2.22%
宮城県多賀城市	97	2.22%
宮城県山元町	97	2.22%
長崎県長崎市	94	2.15%
新潟県五泉市	93	2.13%
合計	4,364	100.00%

スライド6で示したように、2023年5・8月に急上昇が見られた【乃木神社】について、発地分析を行いました。

▼上の表・グラフは、2023年5月の来訪客数（発地から乃木神社までの距離別＆総数のみ）の推移、同年5月18日における来訪者数の多い上位10地域を示しています。

▼下の表・グラフは、同年8月の来訪者数（発地からの距離別＆総数のみ）の推移、8月27日における来訪者数の多い上位10地域を示しています。

両日は1ヶ月の中で来訪者数が最も多く、中でもその**半数程度は乃木神社から300km以上離れた地域からの来訪者**でした。5月18日には【乃木神社】で目立ったイベントは実施されておらず、8月26・27日に巫女アルバイトの面接と献血（27日のみ）が実施されていたようです。**その前後の日程のイベントを調査したところ、乃木坂46のイベントが、5月17・18日（齋藤飛鳥卒業コンサート@東京ドーム）と8月25～28日（真夏の全国ツアー東京公演@明治神宮野球場）に開催されており、その前後で全国から訪れた多くのファンが聖地巡礼のために【乃木神社】に立ち寄った可能性があり、急上昇が観測された要因の1つと考えられます。**



発地	来訪者数	シェア
岡山県倉敷市	201	6.36%
愛知県豊田市	172	5.45%
佐賀県佐賀市	111	3.51%
宮城県仙台市青葉区	101	3.20%
宮城県仙台市太白区	101	3.20%
岡山県浅口市	101	3.20%
福島県福島市	94	2.98%
秋田県由利本荘市	86	2.72%
愛知県名古屋市東区	86	2.72%
愛知県一宮市	86	2.72%
合計	3,158	100.00%

2-3. 台東区の例 ～特に2024年以降に来訪者数が増加した2スポット～

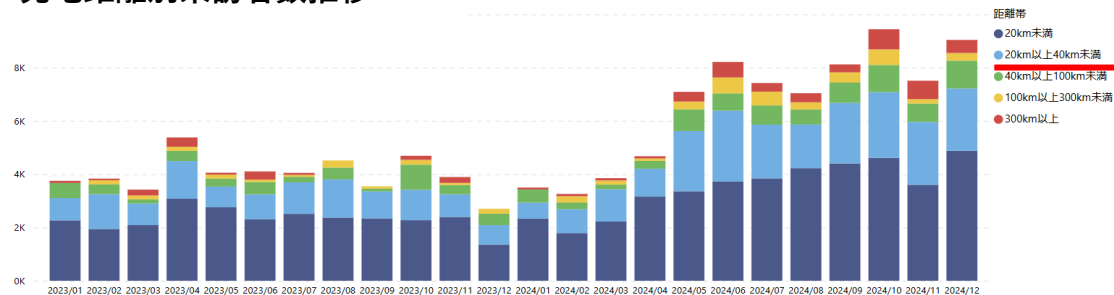
台東内のスポットを**分析観点②**により分析すると【元三島神社】と【台東区立書道博物館】の2スポットが抽出されました。

【元三島神社】

2024年5月以降、来訪者数が2倍近く増加しています。同期間で台東区全体の来訪者数は大きく増加しておらず、かつ【元三島神社】の最寄りの鶯谷駅も同様に増加していません。

発地分析（左下グラフ）では、2024年5月以降どの距離帯からも来訪者数が増加し、特に、20km以上のエリアからの来訪者数が大きく増加していることが見て取れます。

発地距離別来訪者数推移

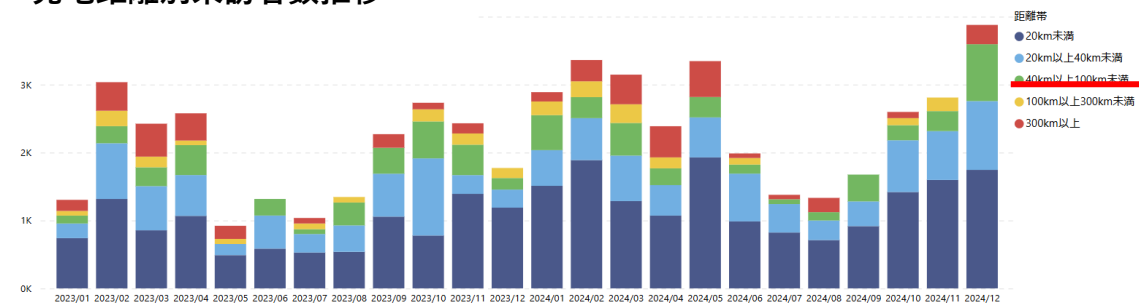


【台東区立書道博物館】

2023年4月頃まで、2023年9月から2024年5月まで、2024年10月以降の3回に渡って来訪者数の増加が見られています。

左の発地別来訪者数ランキングを見ても、いくつかの例外を除けば、近隣区からの来訪が中心であるものの、発地距離別来訪者数を見ると40km以上からの来訪者数も着実に増加している傾向が伺えます。

発地距離別来訪者数推移



発地別来訪者数ランキング (2023～2024年)

発地	来訪者数	シェア
東京都台東区	8,427	6.63%
東京都荒川区	6,344	4.99%
東京都足立区	4,846	3.81%
東京都葛飾区	3,476	2.74%
東京都江東区	3,235	2.55%
千葉県市川市	3,019	2.38%
埼玉県さいたま市見沼区	2,883	2.27%
東京都墨田区	2,597	2.04%
埼玉県川口市	2,452	1.93%
東京都北区	2,408	1.90%
合計	127,045	100.00%

その理由として、区内の吉原を舞台とする2025年のNHK大河ドラマ「べらぼう」の先行的な効果が考えられるかもしれませんが、ドラマの舞台と隣接しているとは言い難く、この施設自体は「べらぼう」とは関係なく、はっきりした理由は分かりません。



発地別来訪者数ランキング (2023～2024年)

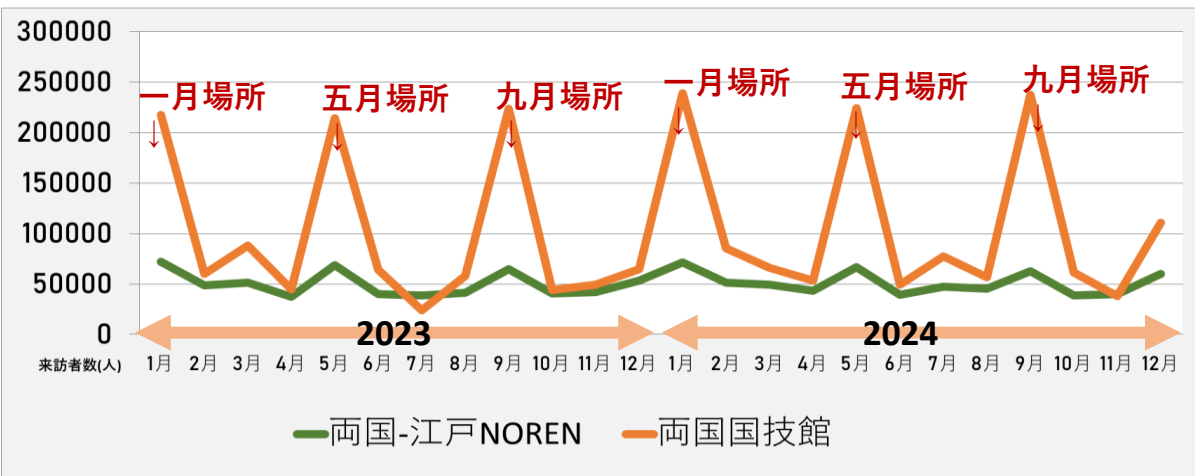
発地	来訪者数	シェア
東京都台東区	907	3.73%
神奈川県藤沢市	883	3.63%
東京都足立区	813	3.34%
東京都葛飾区	813	3.34%
東京都荒川区	774	3.18%
東京都江戸川区	679	2.79%
埼玉県川口市	642	2.64%
千葉県市川市	553	2.27%
東京都豊島区	521	2.14%
東京都板橋区	476	1.96%
合計	24,331	100.00%

施設が【元三島神社】に近接する位置にあることから、類似の理由が存在する可能性があります。直接的な理由は分かりません。年間を通じた来訪者数自体が大きい施設であり、その値自体の信頼性が大きくない可能性も否定できません。

2-4. 墨田区の例～周辺スポットの来場者数に影響を及ぼすイベント効果等～

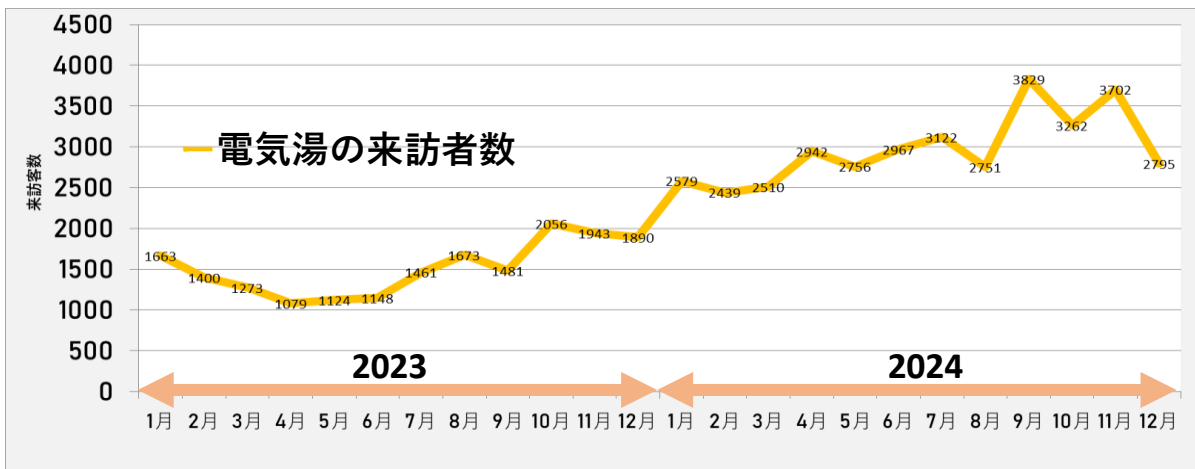
イベントが周辺の来訪者数に及ぼす影響

【両国国技館】 vs 【両国江戸NOREN】

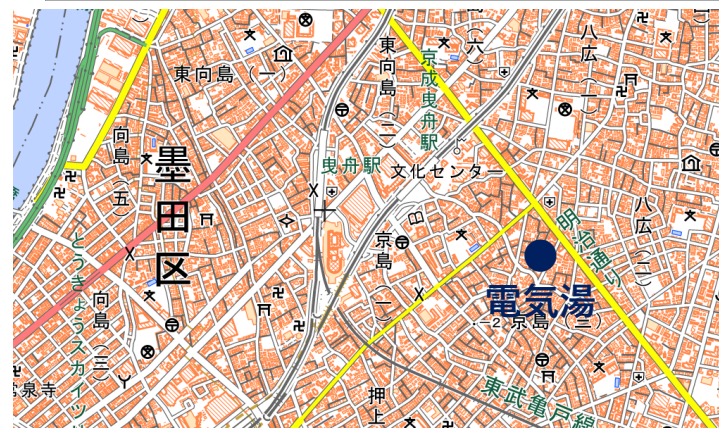


集客イベント効果か？

【電気湯】



分析観点③より、【両国国技館】と【両国江戸NOREN】の相関係数は0.93となり、どちらかが他方のスポットの来訪者数に影響を与えています。【両国国技館】では、年に3回大相撲が15日間開催され、両施設の来訪者の発地距離分布が似た傾向を示していることから、相撲観覧者の一部が駅内の複合飲食施設である【両国江戸NOREN】を訪問していると思われる。一方【両国湯屋江戸



分析観点②より、【電気湯】は2024年の来訪者数が2023年のその約2倍と大幅に増加していますが来訪者の8割は区内からです。

【電気湯】では「リアル異変探しゲーム」等の個性的なイベントを開催しており、知名度の向上に伴って来訪者数が増加していると考えられますが、

地理院地図を加工

その効果は近隣に限定される可能性が高いと考えられます。一方で、連動して来訪者数が増えている周辺スポットは確認できませんでした。

なお、因果関係ははっきりしませんが、2023年12月に公開された映画「Perfect Days」において電気湯がロケ地となっていることから、知名度の向上に寄与している可能性もあります。

遊】等の周辺施設との相関関係は見られませんでした。

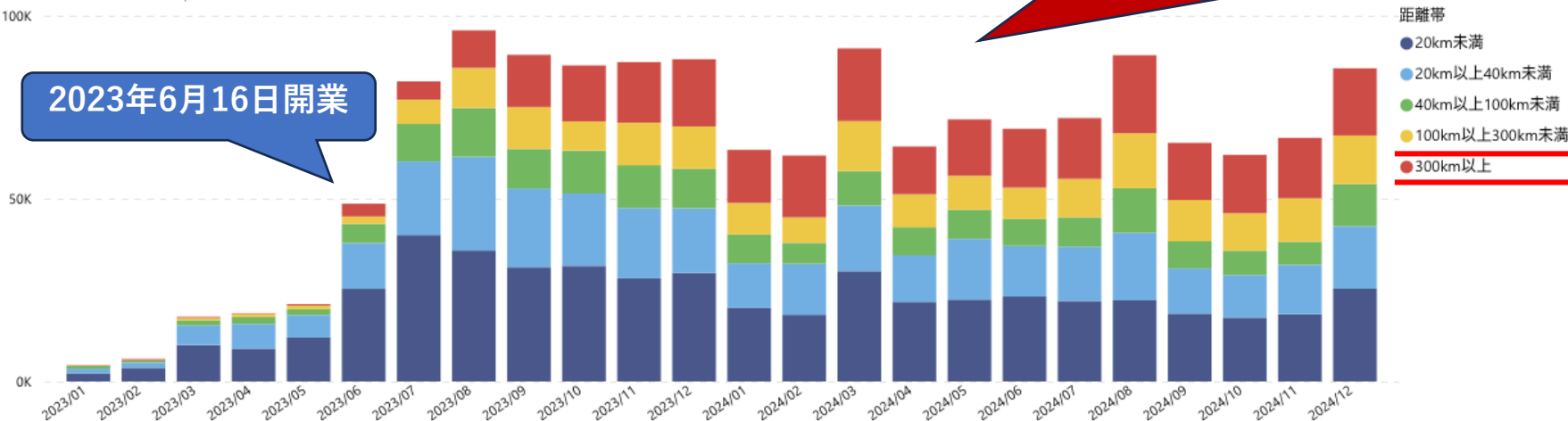
大相撲によって増加する来訪者の動向を把握するためにも、周辺の飲食店や商店の集まるエリア等をスポットし、どのように人流が波及しているのか分析を進めることも有効かもしれません。

2-5. 練馬区の例～ワナー ブラザース スタジオツアー 東京の開業効果～

発地距離帯別月別来訪者数

100km以上の距離帯からの来訪者数が3割程度を占めている月も多い

2023年6月16日開業

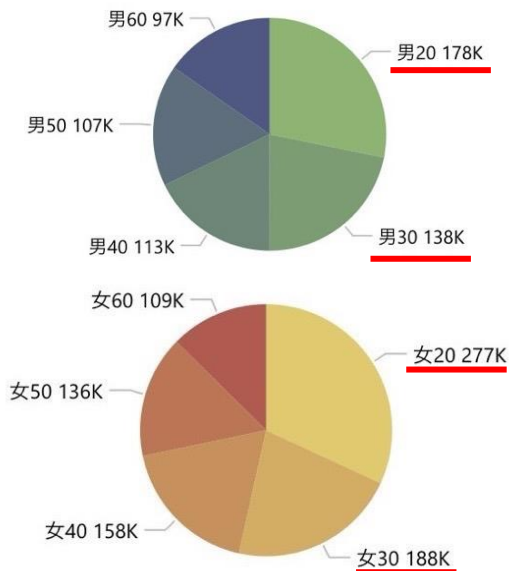


練馬区の急上昇スポットの中で、最も顕著な事例として【ワナーブラザース スタジオツアー東京】を取り上げます。

対象の2年間の来訪者数推移を分析すると、**2023年6月の開業後最初の夏休み期間で大きな前月増加率(分析観点①)を見せ、その後は3月や8月等の長期休暇期間の前月増加率が高い**ことが読み取れます。

性別年齢階級別の来訪者数分布

発地別来訪者数ランキング (2023～2024年)



発地ランキング

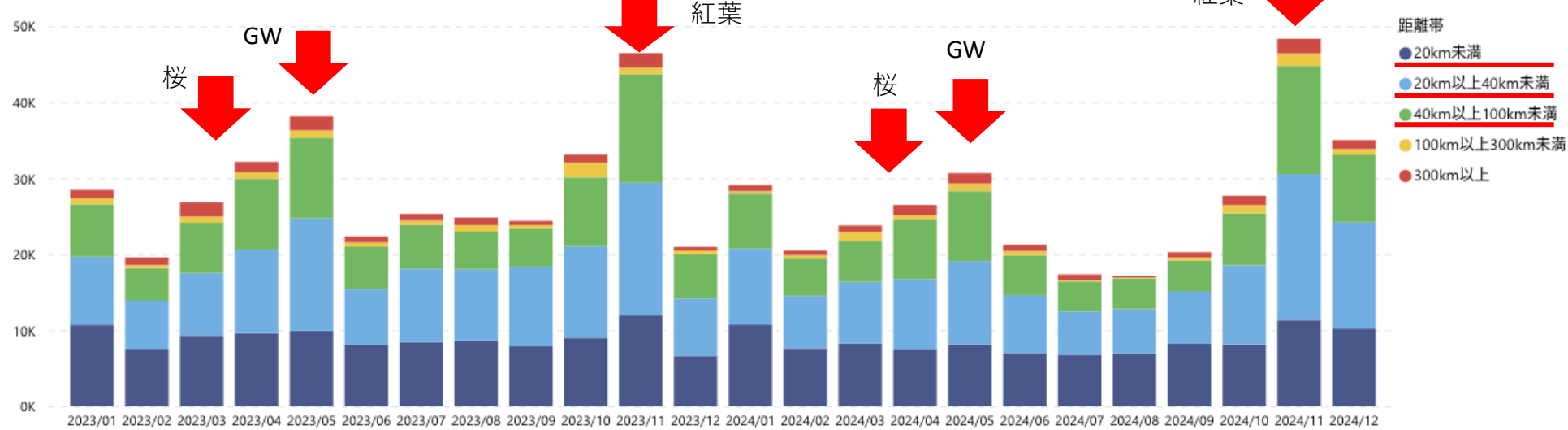
発地	来訪者数	シェア
東京都練馬区	91,230	6.05%
埼玉県川口市	25,856	1.71%
東京都板橋区	23,717	1.57%
東京都杉並区	18,962	1.26%
東京都大田区	18,389	1.22%
東京都江戸川区	17,756	1.18%
東京都世田谷区	16,489	1.09%
東京都足立区	16,127	1.07%
埼玉県所沢市	14,874	0.99%
千葉県市川市	14,740	0.98%
合計	1,508,016	100.00%

また、左の「発地別来訪者数ランキング」のグラフを見ると、上位は首都圏の自治体が占めているものの、上の「発地距離帯別月別来訪者数」びグラフを見ると、**100km以上の距離帯からの来訪者数も3割程度を占めている**ことが分かります。これは、スタジオツアーが全国的な知名度を持つ観光コンテンツであり、魅力ある目的地として遠距離から集客する能力を備えていることを示唆しています。100km以上の距離帯からの練馬区への来訪者数の38%が、本施設によるものであり、練馬区にとって重要な集客スポットであることは疑う余地がありません。

さらに、左下の「性別年齢階級別の来訪者数分布」を見ると、**男女ともに20代・30代が約半数を占める**ことから、スタジオツアーは比較的若年層を強く引きつける施設であることが分かります。一方で、**分析観点③**で見た結果、**相関係数の高いスポットが周辺にない**ことが課題であり、**若年層をターゲットとした周辺観光資源の開発が求められます。**

2-6. 八王子市の例～高尾山周辺スポット：来訪者数変動の高い相関性～

【高尾山口駅】の発地距離帯別月別来訪者数



高尾山周辺のスポットの来訪者数の年増減率

スポット	年増減率
高尾山口駅	-7.3%
TAKAO599 MUSEUM	4.4%
高尾山 大見晴台／高尾ビジターセンター	-2.6%
高尾山駅	9.8%
清滝駅	6.6%
もみじ台	-5.8%
陣馬山	-2.7%

高尾山周辺のスポット間の月別来訪者数の相関

スポット1	スポット2	相関係数
高尾山口駅	TAKAO599 MUSEUM	0.890
高尾山口駅	高尾山 大見晴台／高尾ビジターセンター	0.936
高尾山口駅	高尾山駅	0.864
高尾山口駅	清滝駅	0.898
高尾山口駅	もみじ台	0.821
高尾山口駅	陣馬山	0.812

分析観点①を通じて登録スポットの急上昇スポットを確認すると、高尾山周辺のスポットに多くの該当があることが分かりました。

加えて**分析観点③**で見たところ、左の「高尾山周辺のスポット間の月別来訪者数の相関」で示されているように高尾山観光の拠点となる【高尾山口駅】を中心に、との相関係数が0.8を超えるスポット（＝高尾山口駅の来訪者の影響を大きく受けている）が複数あることが分かりました。一方で、駅周辺スポットであるにも関わらず、【高尾山トリックアート美術館】などのとの相関係数は高くなく、来訪者の多くが高尾山内に限定した観光行動となっている可能性が伺えます。

【高尾山口駅】の月別来訪者数を確認すると、左上「【高尾山口駅】の発地距離帯別月別来訪者数」のグラフのように、**桜のシーズン、ゴールデンウィーク、紅葉シーズンで前月からの増加率が大きくなる傾向にあり、来訪者は100km未満の距離帯からが大半を占めている**ことが見て取れます。車での来訪者も含まれる【高尾山大見晴台】/【高尾ビジターセンター】でも同様の傾向であり、**基本的に高尾山地区は関東圏に特化した観光地であることが推察されます。**

なお、**分析観点②**で見てみると、右上の表「高尾山周辺のスポットの来訪者数の年増減率」から分かるように、**高尾山周辺スポットは全て増加率が20%以下であり、年単位としては急上昇スポットとは判定されないこととなります。**

3. 本レポートから分かること：まとめ

今回は、東京都6自治体内の急上昇スポットについて、その抽出方法を検討し、特徴的なスポットを抽出した上で、その増加の要因を考察しました。

1. 急上昇スポットの抽出方法と要因分析の方法を考える

地域内で、急激に来訪者が増えているスポットを「おでかけウォッチャー」上で抽出するには、まずは、今回の**分析観点①～③**のような「急上昇スポット」の「定義づけ」が必要です。しかし、人流の変化を見るだけでは、来訪者増加の理由までは分かりません。「急上昇スポット」が浮かび上がったら、口コミ、トレンド、SNS投稿や、地域でしか分からない個別の要因等も併せて分析することが重要です。

さらなる活用に向けたポイント（例）

- 1) 「急上昇スポット」を抽出するには、その地域に応じた「定義づけ」をまず決定する。
その定義によって抽出された「急上昇スポット」について、スライド3で示した**分析観点①**及び**分析観点②**による前月または前年からの「急上昇スポット」数が徐々に増えていくようであれば、地域全体への来訪者数が全体的に増加していることを表しており、地域への来訪者数の変化を見る一つの指標となり得ます。
- 2) 「急上昇スポット」が明らかになったら、その要因を多面的に考察する。
今回の6地域の分析から分かったように、時期的な要因（初詣、桜シーズン、GW、紅葉シーズン等）が明らかかな場合は分かり易いですが、そうした要因が考えられない場合、以下のような多面的な要因を併せて考察します。こうした要因を突き止め、来訪者属性等を把握しておくことが、地域への波及効果にどうつなげるかを考えるヒントとなり得ます。
●スポットへの口コミ内容 ●SNS投稿内容（著名人を含む） ●映画その他でのロケ地 ●そのスポットまたは周辺でのイベントの有無 ●全体的な時流やトレンド等

2. 分析自治体の急上昇スポットの分析

6地域の分析では、それぞれ性質の異なったスポットが抽出されました。各地域は、以下のような観点でさらなる活用が可能になると思われます。

さらなる活用に向けたポイント（例）

- 1) 抽出されたスポットは想定していた内容か、そうではなかったか。まったく想定していないスポットが抽出された場合、そのスポットは来訪者の人数規模等から見て経年等でウォッチすべき観光スポットか確認（例：**分析観点②**で見た台東区の2スポット）。明確な要因が分からない場合、どのような観点での情報収集が必要だろうか。
- 2) **分析観点③**について、練馬区の例のように特定のスポットのみを訪問して帰ってしまう来訪者に地域の他のエリアに立ち寄ってもらい、消費を促すためには、その来訪者属性や行動傾向を考慮しつつ、どのようなコンテンツや仕掛けを考えればよいか。
- 3) **分析観点③**について、墨田区の両国国技館の大相撲の例のように、地域への波及効果が期待されるにも関わらず、十分に周辺施設へ来訪者を誘導できていない場合、どうしたらよいか。また、周辺施設のスポットは選択は的確か。

【まとめ】

今回のレポートでは、「おでかけウォッチャー」で急上昇スポットを判定する方法を試行してみました。何をもって急上昇とするかはいろいろな考え方があると思いますし、どのくらいの期間のどのくらいの変化量で急上昇と見なすかについても、今回の設定以外にも様々考えられると思いますので、皆様もトライしてみてください。また、単に増加率だけでなく増加量も基準として考慮する（増加率が大きいとしても絶対量が少ないスポットは分析の対象外とする）ことが必要でしょう。なお、より厳密に分析したい、結果を考察したい場合に、「おでかけウォッチャー」の使用データ自体が多くのアプリの取得位置データを組み合わせていることに注意する必要があります。どのくらいの期間のどのくらいの変化量で急上昇と見なすか」という判断条件も、このような使用データの特徴を踏まえて考慮する必要がありそうです。