人流データで店舗の売上を予測するには？

株式会社ナウキャスト
中山公汰

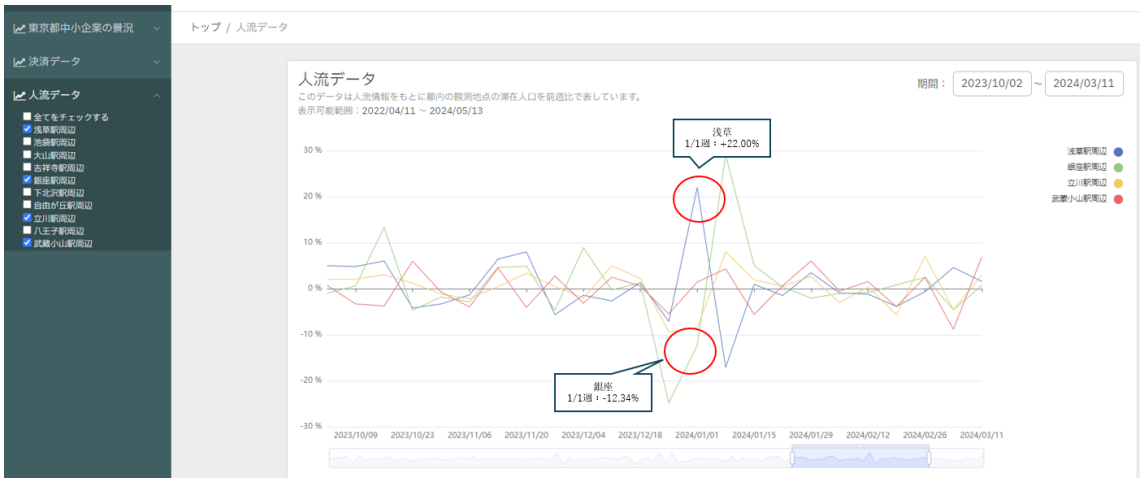
<コラムのポイント>
・人流データでは前週比の人流の変化から様々な要因分析が可能
・人流と売上高には正の相関関係が一定程度存在（特に小売・サービス業）
・今後は前月比、前年比データも拡充予定

第 3 回のコラムでは、景況指標ダッシュボードで活用できる人流データについて紹介します。
人流データは、位置情報データなどとも呼ばれ、ある地点・時点にどの程度の人がいたか、を定量的に示したデータです。人流の変化を把握することで、イベント開催時や新たに施設をオープンしたとき等の効果測定、また店舗の売上推測等に活用する事ができます。
景況指標ダッシュボードでは「KDDI Location Data」(*)を用いて東京都内の主要な駅周辺の人出が前週と比べてどの程度変化したかを確認する事が出来ます。

(*)au(KDDI)スマートフォンの位置情報ビッグデータです。au スマートフォンユーザのうち，個別同意を得たユーザを対象とし、個人を特定できない処理を行って集計されています。なお、データには 20 歳未満およびインバウンド観光利用者のデータは含まれていません。

（※本分析は、筆者の見解に基づくものです）

【景況指標ダッシュボードの活用事例】
人流データは前述の通り前週比較での増減を見ることで季節の催事やイベント開催時の効果測定などに活用できます。ここでは年末年始の人流を確認してみます。
次の図 1 は景況指標ダッシュボードで 2023 年 10 月から 2024 年 3 月までの浅草駅、銀座駅、立川駅、武蔵小山駅周辺の人流データを表示したものです。



(図 1)

この図からは立川駅、武蔵小山駅周辺と比較して、浅草駅、銀座駅周辺の人流が大きく変化している時期がある事がわかります。

浅草駅周辺は 1/1 週(1/1～1/7)の人流の増加率が他エリアと比べて極めて高くなっています。これは浅草寺を初め寺社仏閣が多くある浅草で初詣の来街者が多かったためと思われます。

対照的に、銀座駅周辺の 1/1 週の人流は前週を下回っており、新年は年末（前週）に比べ人出が少なかったことがわかります。

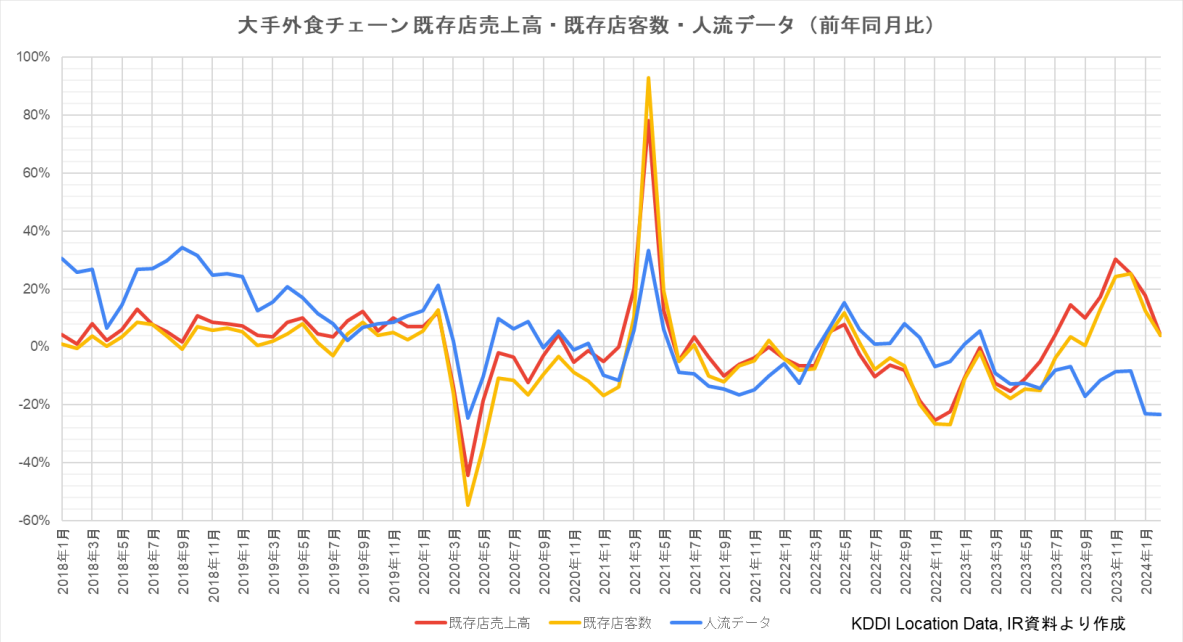
銀座には百貨店が多く立地しており例年年始には初売りが行われます。2024 年の初売りは新型コロナ 5 類移行後ということで、各地で活況となった報道もありました。一方、銀座では松屋銀座が従業員の働き方改善のために新年の営業開始を 2024 年から 1 月 3 日にしており、このような商業施設の営業状況等が人流の減少に影響していた可能性も考えられます。

【その他の位置情報データの活用事例について】

位置情報データは、そのデータの粒度や集計単位などに応じて様々な使い方が考えられます。

次の図 2 は「KDDI Location Data」を用いて、ある上場大手外食チェーンの店舗の人流をデータ化し、同社が発表する客数および売上（前年同月比）の増減と重ねたものです。

（※ 図 2 のデータは景況指標ダッシュボードで用いているデータとは異なります）



（図２）

図２から、各データの水準に多少の差はあるものの、増減の方向は概ね一致しており、人流と売上高には一定の相関関係があることがわかります。この傾向に従えば、人流が増加傾向のエリアに立地する店舗（特に小売業やサービス業）の売上は同様に増加傾向となり易く、反対にエリアの人流が増えているにも関わらず売上が減少している等の場合には、原因を考えてみる必要がありそうです。

景況指標ダッシュボードでは、都内１０エリアの人流の変化を見ることができます。その増減により自社の売上変動の原因分析に活用することができるでしょう。

【まとめ】

今回は景況指標ダッシュボードの人流データの活用事例について紹介しました。

今後、景況指標ダッシュボードでは前月比較、前年比較のデータ追加が予定されています。人流データは、前週比だけでなく前月比、前年比など別の比較軸で分析する事でより正確な実態把握が可能となるため、今後は更に深度ある分析に活用できるようになります。