

混雑情報提供による 実証実験の結果報告

- 観光客の分散化等を図るためのコミュニケーションツールとして、**行動変容に資する情報を集約した「京都観光 交通総合情報サイト」**を公開。
- 渋滞予測等の情報に加え、**京都市が実施する観光課題対策**を掲載し、SNS等も活用した情報発信を通じて**京都市の取組みを支援**。

京都観光 交通総合情報サイト（#スイスイ京都）を開設



累計アクセスユーザー数（11/2～12/18）
75,436人/47日間
 日平均アクセスユーザー数（広報強化期間）
1,358人/日（11/3～9） 2,265人/日（11/10～30）

公開期間：11月2日（木）～12月18日（月）

<https://kyoto-traffic.info/index.php> ※公開終了

● WEBサイトコンテンツ

- ・渋滞予測カレンダー
- ・ライブカメラ配信
- ・交通手段別のモデルルート
- ・シェアモビリティ情報
- ・ヒートマップ（観光地・道路等）
- ・パークアンドライド情報
- ・公共交通機関情報
- ・ハンズフリー情報

● 旅マエ・旅ナカにおける情報発信・啓発活動

- ・WEB・SNSを活用した広告配信（Yahoo!,Google,Instagram）
- ・デジタルサイネージを活用した情報発信（高速道路SA, 観光地駐車場）
- ・X（旧Twitter）及びInstagramアカウントでの情報発信
- ・YouTubeアカウントでのライブカメラ映像配信

支援

京都市が実施する主な観光課題対策（抜粋）

需要の分散化・平準化（場所・時期・時間帯）

- 混雑していない時期・時間・場所のPR
- 混雑情報の発信強化（観光快適度見える化,ライブカメラ配信の拡充等）

交通手段の分散化, 輸送力の強化

- 観光急行バスの運行（京都駅～清水寺方面）
- 市バス・地下鉄の臨時増発
- 市バスから地下鉄への無料乗り継ぎ

自家用車等の流入抑制, 駐車需要の管理

- パークアンドライドの利用促進（情報発信の強化, インセンティブ付与等）
- 臨時交通規制をはじめとする観光地交通対策（東山・嵐山）
- 観光バス路上滞留解消に向けた啓発活動
- 公営観光駐車場のバス完全予約制（清水坂／実験的取組）, 民間観光バス専用駐車場の再開

受入環境の整備・強化

- 手ぶら観光の推進（臨時手荷物預かり所の開設等）
- 外国人観光客に対するマナー啓発

渋滞予測カレンダー



YouTubeでのライブカメラ配信



京都市等の取組みの周知広報



投稿期間 2023年11月1日(水)～11月30日(木) 当選者数 1,000人

WEB・SNSおよびデジタルサイネージを活用した情報発信・啓発活動



- 観光客に京都観光の「混雑に対する認知」と「混雑を回避する情報」を知って行動変容に繋げてもらうことを目的に、観光客層の興味・関心を引くような広告や情報提供サイトのデザイン設計を行った。
- また、コンテンツとしてユーザビリティを考慮した一元的なWEBマップの作成や混雑状況がリアルタイムで把握できるライブカメラ配信等を発信した。

京都観光の「混雑に対する認知」を拡大

混雑を回避する情報提供

興味・関心を引く広告・サイトのデザイン設計

「#スイスイ京都」をキャッチコピーに混雑情報を発信



「秋の京都は混雑」することを啓発



混雑写真から混雑への興味・関心を誘う



インタラクティブなWEBマップに渋滞予測や駐車場情報などを集約



QRコードから掲示WEBサイトへ誘導



観光客の行動変容の推進

1. WEBサイトへのアクセス状況

1.1 混雑に対する認知を広げるための情報発信

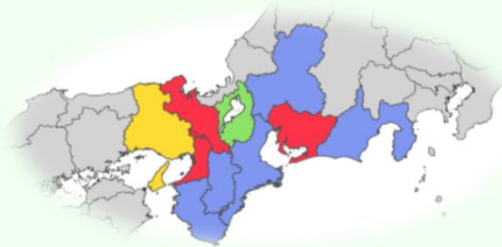
- WEBサイトの認知度向上と併せて「混雑に対する認知」を広げるため、ターゲットを絞って配信できるWEB・SNS広告を活用。
- Yahoo!やInstagramのディスプレイ広告は、**京都観光に興味があると思われる幅広い層に対して約1,985万回**の広告画像が表示された。
- リスティング広告は、**具体的な観光計画を立てている人に対してWEB検索結果に表示され、約22万回**配信された。

■ 広告配信サービスを活用した情報発信・啓発

京都観光に興味を持つ幅広い層

【普段検索しているキーワード】
京都、観光、渋滞...など

【東山への流入が多いとされる上位の地域在住】



広告配信
約1,985万回

画像を用いたディスプレイ広告を行い、
「混雑についての認知」を拡大
+ サイトへの誘導

ディスプレイ広告



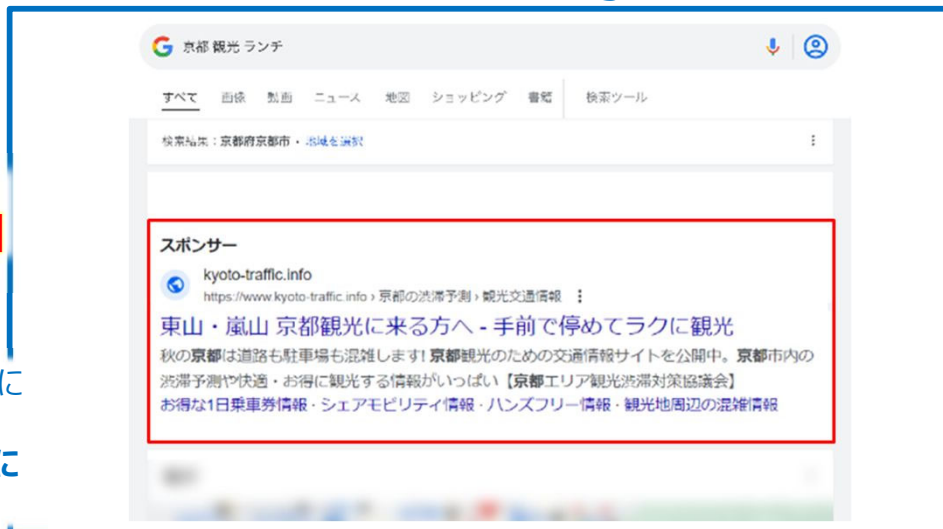
京都観光を具体的に計画している層



広告配信
約22万回

WEB検索結果画面に
広告を表示
混雑を回避するために
サイトへ誘導

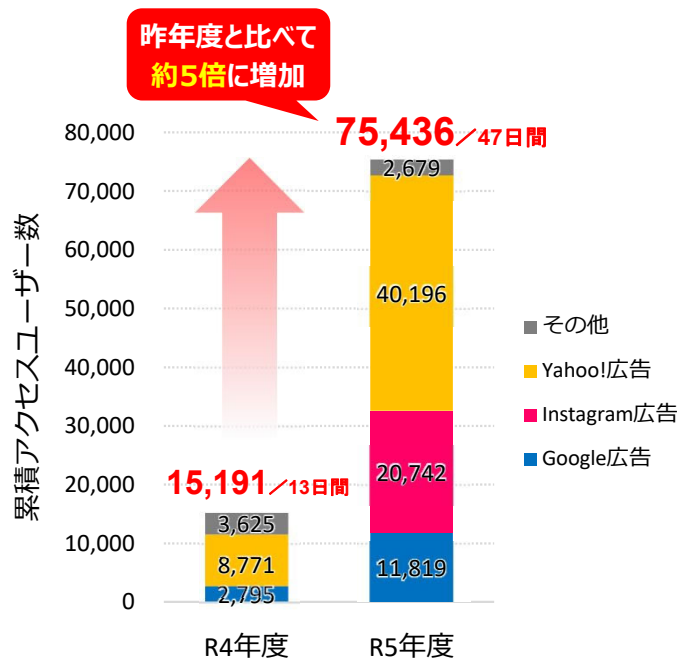
リスティング広告 (Google)



1.2 情報発信の強化による情報提供サイトへのアクセス向上

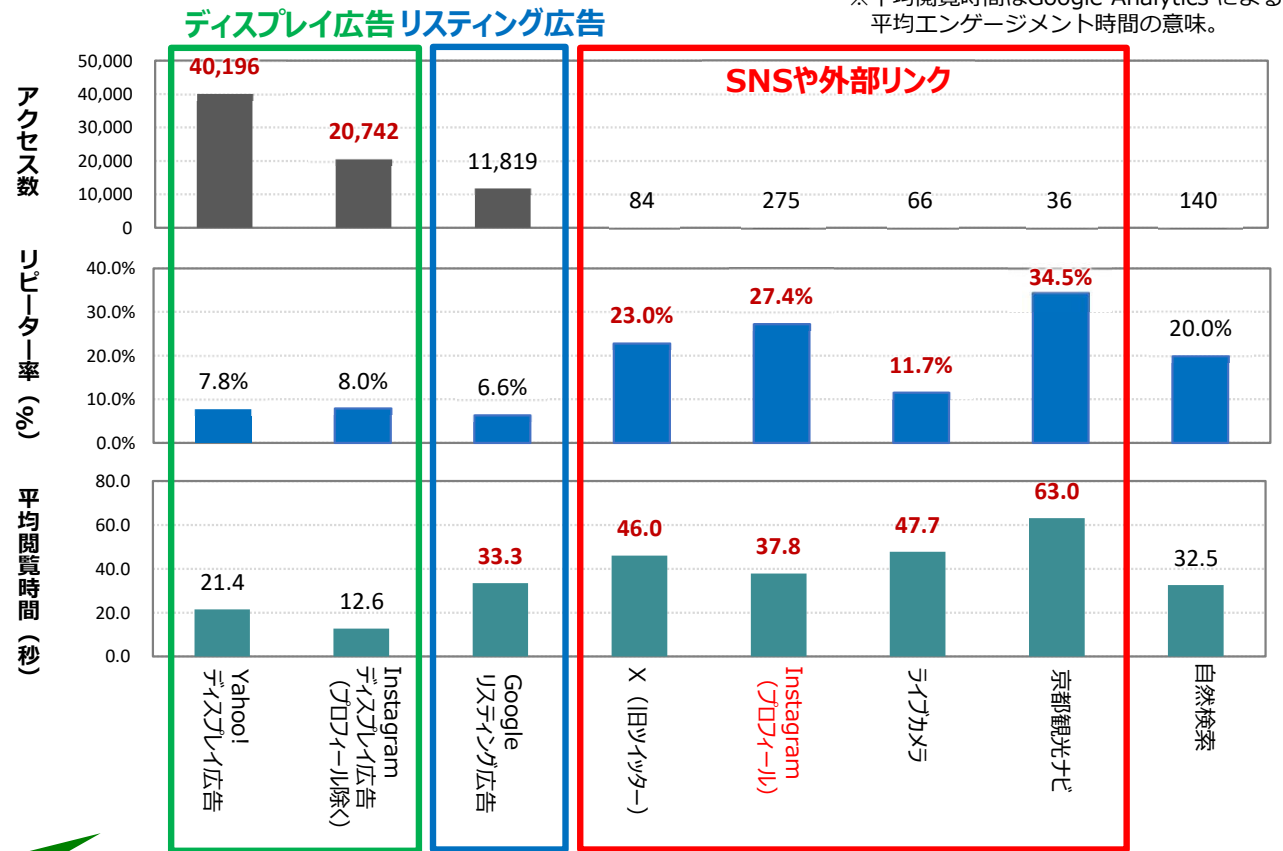
- 情報発信の強化を行った結果、**累積アクセス数75,436人**となり、昨年度の累計アクセス数の**約5倍**となった。
- アクセスユーザーの解析を行うと、ディスプレイ広告は**アクセス数が稼げた一方、リピーター率や平均閲覧時間が低い傾向**にあり、リスティング広告は**京都観光を具体的に計画・行動している層**であることから**平均閲覧時間は長くなる傾向**にある。
- SNSや外部リンクからのアクセス数は少ないものの**リピーター率や閲覧時間が大きい**ことから、**興味・関心を示している**と考えられる。

■ 累積アクセス数



平均アクセスユーザー数
R4年度 1,169人/日 → R5年度 2,215人/日
※11月10～12月10日のうち配信エラー日を除く

■ アクセス媒体別のアクセス数とリピーター率・閲覧時間



出典: Google Analytics
 ※平均閲覧時間はGoogle Analyticsによる平均エンゲージメント時間の意味。

アクセス数も多い一方で閲覧時間が短い
 → 京都観光に興味を示した段階のため十分にサイトを閲覧していない可能性

アクセス数は少ないが閲覧時間が長い
 → 具体的に計画・行動している層のため情報に一定の興味を示している

アクセス数は少ないものの、リピーター率や閲覧時間が大きい
 → 混雑状況に合わせて積極的に行動変容を行う可能性
 → アクセス数を確保できればより高い効果が期待

1.3 WEBサイト内のコンテンツに対する反応（トップページ）

- 昨年度の提供内容から京都市内の面的な混雑予測に範囲を拡大するとともに、駐車場やライブカメラの情報を統合したWEBマップなどを公開。
- アクセスユーザーの約24%がヒートマップを利用し、うちライブカメラの閲覧が約2割と多く、その他情報へのアクセスも一定数存在した。

■ 令和5年度の情報提供内容

渋滞情報の提供

時期の分散を促す情報 (京都市の渋滞予測カレンダー)

クリック率 8.0%

面的な渋滞予測・観光地・駐車場・ライブカメラ 各種情報を統合したWEBマップ

クリック率 24.2%

交通手段の転換を促す情報 (自動車の所要時間)

大阪方面(東山~京都南IC)

名古屋方面(東山~京都東IC)

**観光シーズンは所要時間が2倍!!
できるだけ車での移動は避けましょう!!**

クリック率 3.2%

時間分散を促す情報 (混雑時間帯の情報)

■ トップページのコンテンツのクリック率（※）

コンテンツ	クリック率
道路の混雑マップ	24.2%
紅葉だより等の外部リンク	11.6%
渋滞予測カレンダー	8.0%
道路交通・駐車場情報の外部リンク	5.0%
混雑時間・自動車の所要時間	3.2%

出典: Microsoft Clarity によりトップページのクリック数を計測
(11月24~12月18日のモバイルアクセスユーザーのヒートマップより)
※ クリック率 = クリックしたユーザー数 ÷ アクセスユーザー数

■ WEBマップ内でのクリック率

表示情報	クリック率
渋滞予測 (デフォルト設定)	7.0%
駐車場	10.7%
ライブカメラ	22.7%
規制情報	3.3%

1.3 WEBサイト内のコンテンツに対する反応（下層ページ）

○京都市の取組みを掲載したページは、各コンテンツ合計**7,277件のアクセス**があり、**パーク&ライド**や**1日乗車券**が多く閲覧された。

■京都市の観光課題対策の情報集約

パークアンドライドの利用を促す情報

パークアンドライドで快適観光

X(旧Twitter)で応募可能!

デジタルギフトが当たる!
キャンペーン実施中

公共交通の利用を後押しする お得な1日乗車券情報

京都を巡る! 京都で乗る!
地下鉄・バス1日券

公共交通機関の利用を促す情報

市バス・地下鉄での快適な京都観光のために
**市バス・地下鉄の
臨時増発・無料乗継を実施**

乗合タクシー等の その他交通手段に関する情報

渋滞でも安全・安心な定額!!
"乗合タクシー"の実証運行が開始

期間限定 京都駅 → 金閣寺 実証実験

【本格実証運行】
11月3日(金) ~ 11月12日(日) の土・日・祝日
11月18日(土) ~ 11月26日(日) の毎日

「手ぶら観光」を推奨する情報

ハンズフリー京都で手ぶら旅行を楽しもう

なぜ手ぶら観光?

京都には便利なサービスがあります!!

京都では、駅から宿泊施設まで荷物を運んでくれるサービスや、手荷物を預かってもらえる場所がたくさんあります。あなたにぴったりのサービスを見つけて、利用してみましょう!

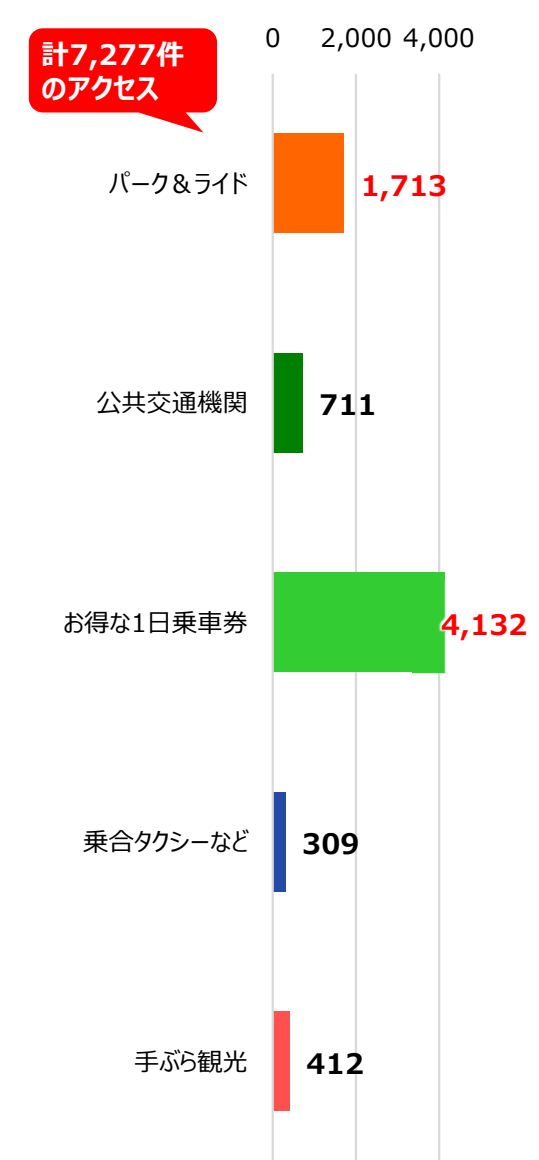
▶京都観光や手ぶら観光に関する詳しい情報は...

新ワンストップサービス!!
"お荷物チェックインTAXI"の実証運行も開始

【本サービスの特徴】
京都を訪れる観光客の「着いてからのお悩み」を一気に解消

- 観光中にホテルまで荷物を配送!
- 何人乗っても同一料金 家族や複数でのご利用がご期待!
- ビジネスや接待などさまざまなシーンで利用可能!

■各ページのアクセス数

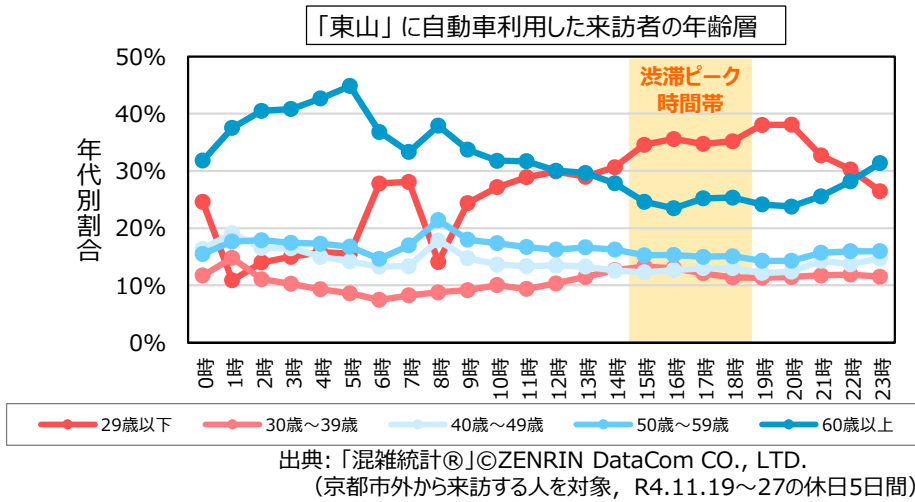


2. 旅マエ・旅ナカにおける 情報発信・啓発

2.1 WEB・SNS広告によるターゲットへの訴求状況

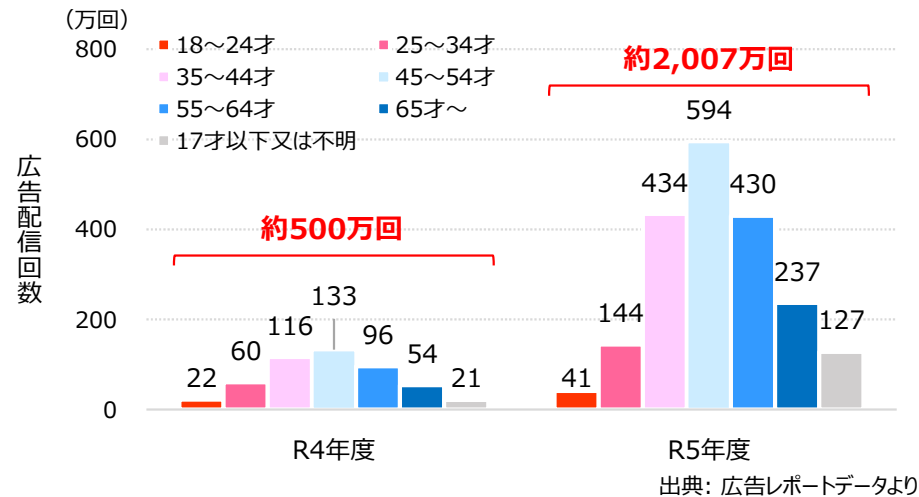
- WEB・SNS広告配信は、配信対象地域やキーワード（京都,観光,渋滞など）をターゲット設定し、効果的に情報発信を行った。
- R4年度の実績データを基に自家用車で訪が多いとされる大阪府・愛知県等の地域を中心に設定し、約2,000万回配信を行った。

■ R4年度の来訪者データに基づく配信対象ターゲット：年齢層



各年代に広告を配信

■ 配信結果：年齢層別の広告配信数



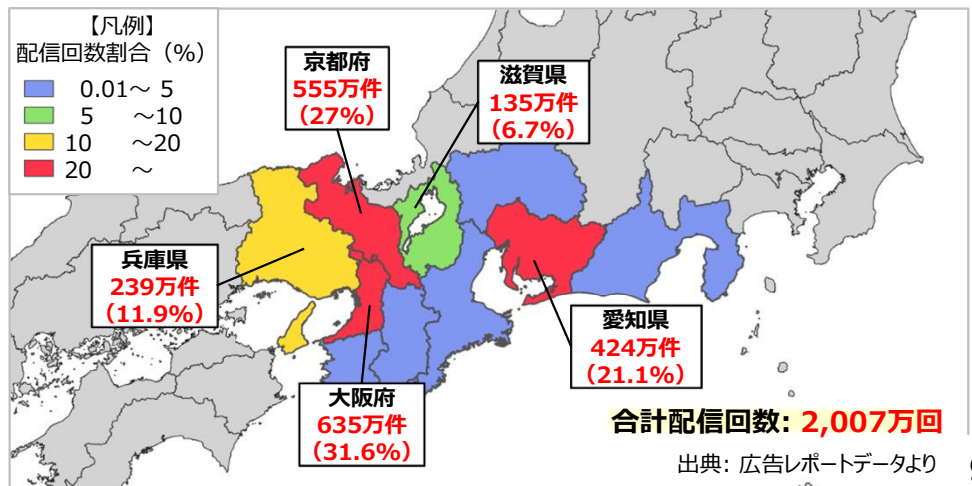
■ R4年度の自家用車の出発地に基づく配信対象ターゲット：地域

「東山」に流入した自家用車の出発地

登録所在地	台/7h	%
近畿地方	1405	56%
滋賀県	205	5%
京都府 (京都市外)	278	7%
大阪府	1127	29%
大阪	579	15%
なにわ	225	6%
堺	135	3%
和泉	188	5%
兵庫県	386	10%
神戸	327	8%
姫路	59	2%
奈良県	125	3%
和歌山県	59	2%
北海道・東北地方	88	2%
関東地方	350	9%
中部地方	1033	26%
岐阜県	114	3%
静岡県	58	1%
愛知県	493	13%
三重県	184	5%
その他	184	5%
中国地方	112	3%
四国地方	81	2%
九州地方・沖縄	71	2%

自家用車（マイカー）
利用が多い地域へ広告配信

■ 配信結果：広告配信地域



2.2 Instagramアカウントでの情報発信の可能性

- 今年度新たに開設したInstagramアカウントは、公共交通やパーク＆ライドを利用を促すメッセージを画像や動画形式で投稿して発信。
- 新規開設にも関わらず47日間で**364フォロワー**数を獲得しており、**長期的な運用を続けることにより有効な情報発信手段になる**と考えられる。

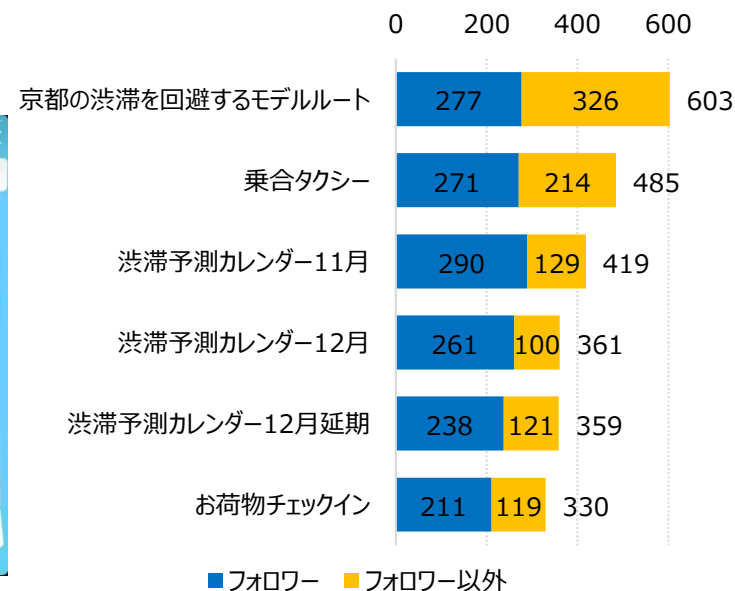
■ Instagramでの情報発信（京都エリア観光渋滞対策実験協議会）



■ ストーリーズ（動画）投稿

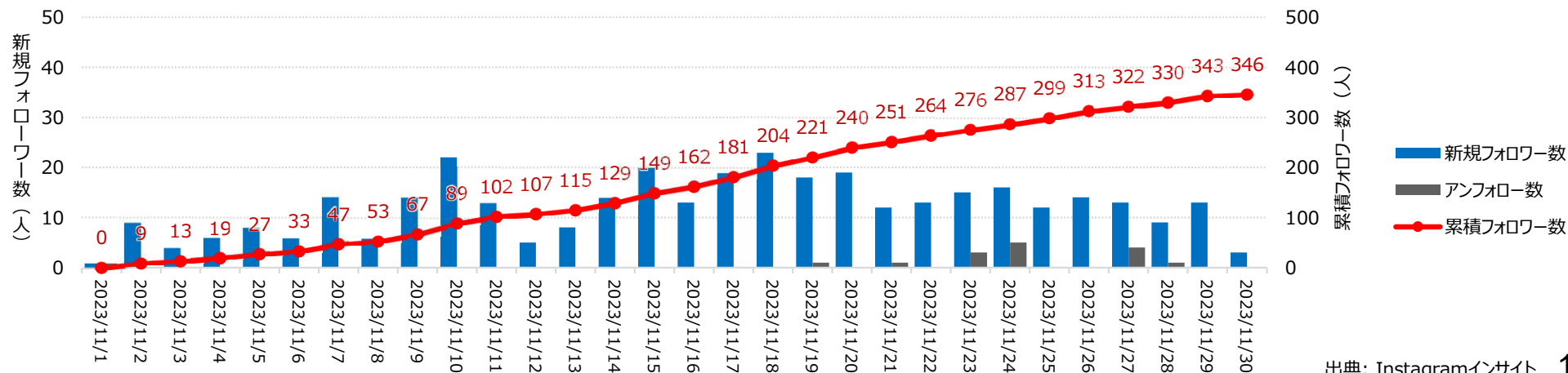


■ 投稿閲覧人数



出典: Instagramインサイト

■ Instagram のフォロワー数の推移



出典: Instagramインサイト 10

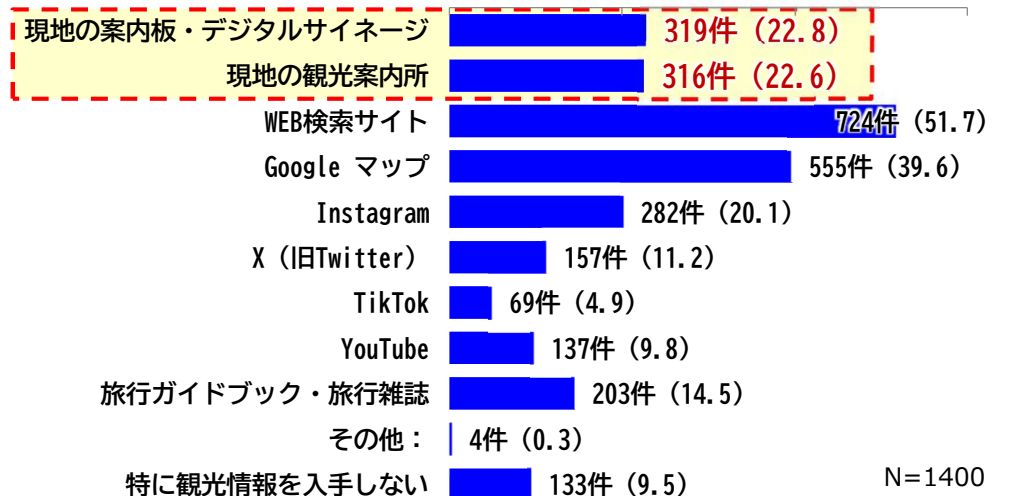
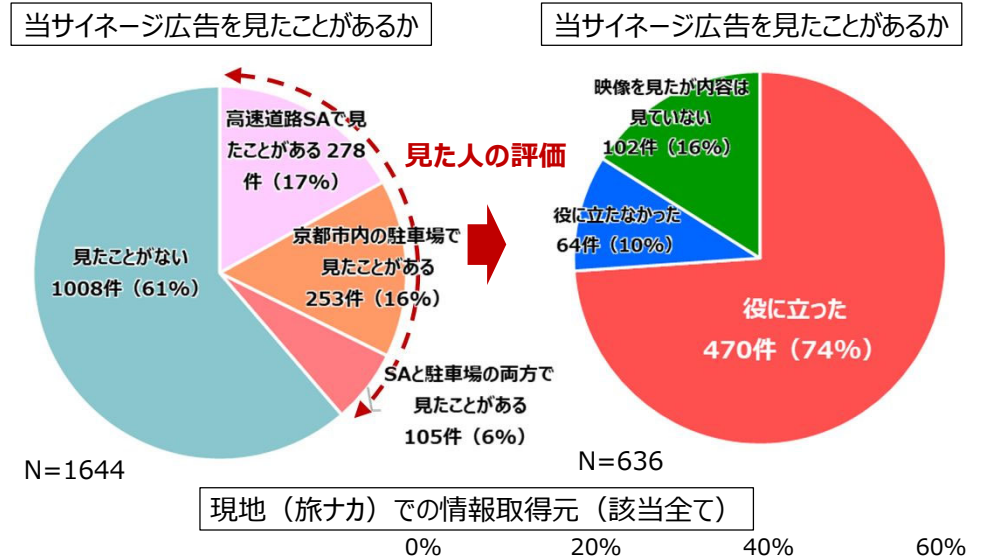
2.3 デジタルサイネージによる情報発信のニーズ

- 高速道路SAや京都市内の駐車場で掲出したサイネージ広告は、自動車来訪者の約3割に認知され、うち約7割が役に立ったと回答。
- また、現地の情報源としてはWEB・SNS等のデジタル媒体が多いが、サイネージや案内所等の着地型の情報源も一定のニーズがある。

■サイネージ広告の掲出箇所



■サイネージ広告に対する反応 (WEBアンケート結果)



3. YouTubeでの 道路のライブカメラ映像配信

3.1 ライブカメラ配信の閲覧状況とユーザーの反応

- 需要の分散化や公共交通の利用促進を図るため、今年度新たにYouTubeでのライブカメラ映像を配信し、**総視聴回数は27,014回**。
- 各媒体で紹介されたこともあり、観光ピークに近づくにつれて視聴者が急増し、**WEBサイトの広告配信停止後も視聴回数は安定していた**。
- YouTube内アンケートやSNSユーザーからの好意的な反応もあったことから、**混雑状況を伝えるコンテンツとしては有効であると考えられる**。

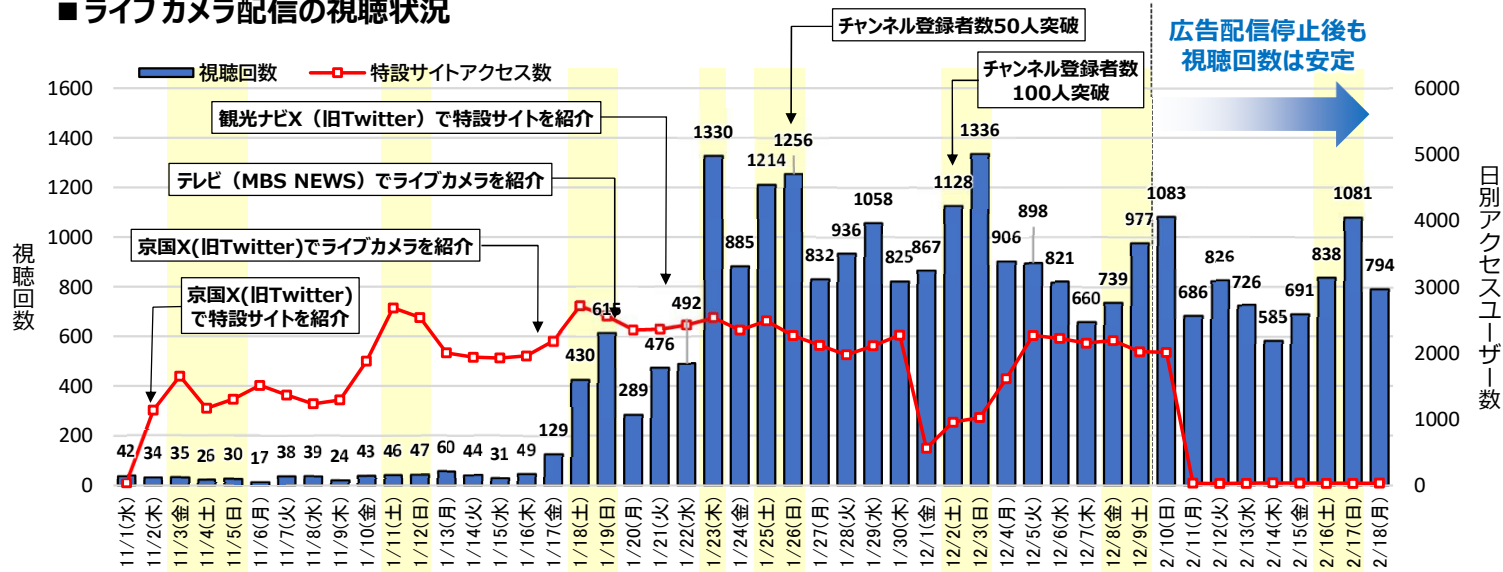


【公開時期】
11月1日(水)~12月18日(月)
計48日間

【閲覧実績】
総視聴回数：**27,014回**
チャンネル登録者数：**172人**
総視聴時間：**2,046時間**

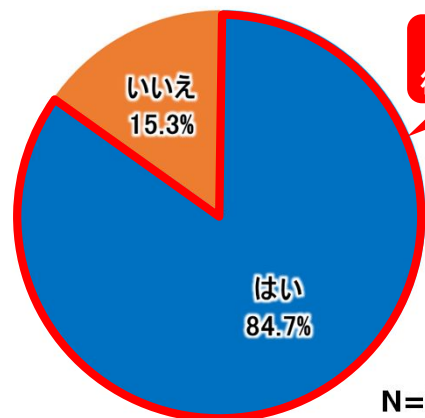


■ ライブカメラ配信の視聴状況



■ YouTube内アンケート結果

ライブカメラ配信は旅行計画に役立ったか？



8割以上が役立ったと回答

N=340

■ ライブカメラ配信に対するSNSユーザーの反応

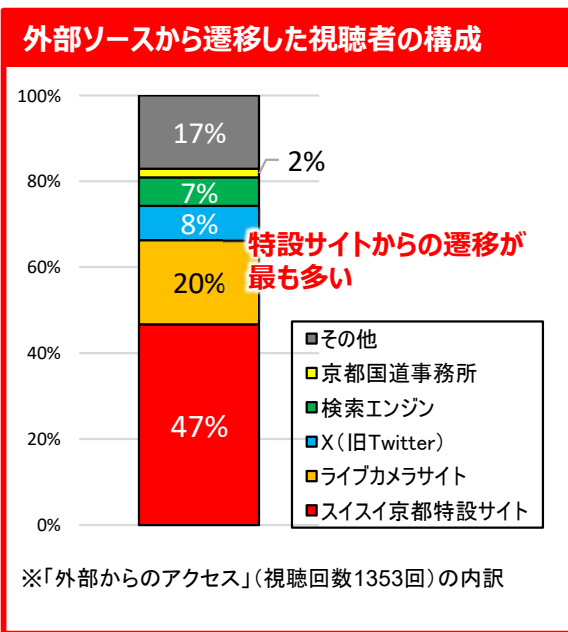
ユーザーその1 @user01
こちらのライブ配信を清水さんの夜間拝観中に見てみたら人混みがすごすぎてびっくり🤔
[Youtube.com/live/AhFQvPje...](https://www.youtube.com/live/AhFQvPje...)

ユーザーその2 @user02 · 2023年11月25日
ただいまの時間めっちゃくちゃ混んでます！！！！

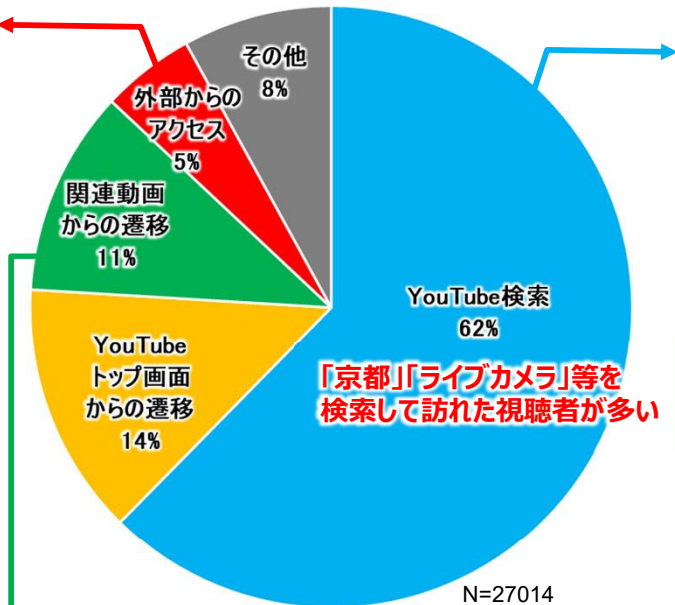
X (旧Twitter) ユーザーも反応

3.2 視聴者の傾向（参照元など）

- 視聴者がどのようにしてライブカメラ配信に訪れたかを解析すると、サイトからのアクセスではなく、**YouTube内検索で訪れた視聴者が最も多い。**
- YouTube検索で訪れた視聴者は「京都」や「ライブカメラ」等のワードで検索していることから、**ライブカメラのニーズを持って訪れたと考えられる。**
- 使用されるデバイスは**テレビとパソコンが全体の約6割**を占めることから、**旅マエの情報収集段階でのコンテンツとしてニーズがある**と考えられる。



＜視聴者がどのように動画にたどり着いたか＞



YouTube検索から遷移した視聴者の上位検索ワード

順位	検索ワード	視聴回数	割合
1位	京都 ライブカメラ	5479	32.5%
2位	ライブカメラ 京都	2879	17.1%
3位	嵐山 ライブカメラ	1096	6.5%
4位	京都ライブカメラ	988	5.9%
5位	ライブカメラ	734	4.4%
6位	ライブカメラ京都	480	2.8%
7位	五条坂	86	0.5%
8位	京都	160	0.9%
9位	京都 ライブ	112	0.7%
10位	京都 ライブカメラ 清水寺	144	0.9%

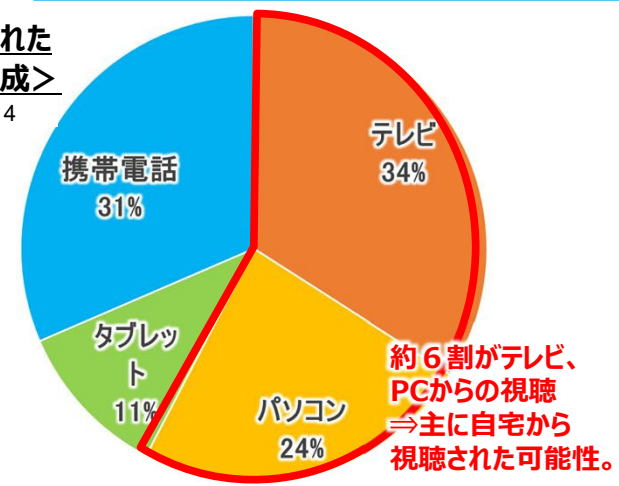
関連動画から遷移した視聴者が主に見ていた動画

順位	検索ワード	視聴回数	割合
1位	【LIVE】京都 嵯峨嵐山 渡月橋北詰ライブ中継カメラ (京都市観光協会公式)	743	24.9%
2位	【LIVE】京都駅八条口タクシー乗り場ライブ中継カメラ (京都市観光協会公式)	548	18.4%
3位	【LIVE】花見小路 (京都市観光協会公式)	433	14.5%
4位	【LIVE】京都 錦市場ライブ中継カメラ (京都市観光協会公式)	223	7.5%
5位	【LIVE】京都 北野天満宮前付近ライブ中継カメラ (京都市観光協会公式)	203	6.8%
6位	【LIVE】京都 哲学の道ライブカメラ (京都市観光協会公式)	183	6.1%
7位	【LIVE】京都駅烏丸口タクシー乗り場 (京都市観光協会公式)	168	5.6%
8位	【LIVE】ねねの道ライブ中継カメラ (京都市観光協会公式)	141	4.7%
9位	【LIVE】京都駅前バス乗り場ライブカメラ (京都市観光協会公式)	35	1.2%
10位	((Live配信中)) 鎌倉『小町通り』の現在の様子です♪	17	0.6%

京都市観光協会のライブ配信からの遷移が多い

＜視聴に使用されたデバイスの構成＞

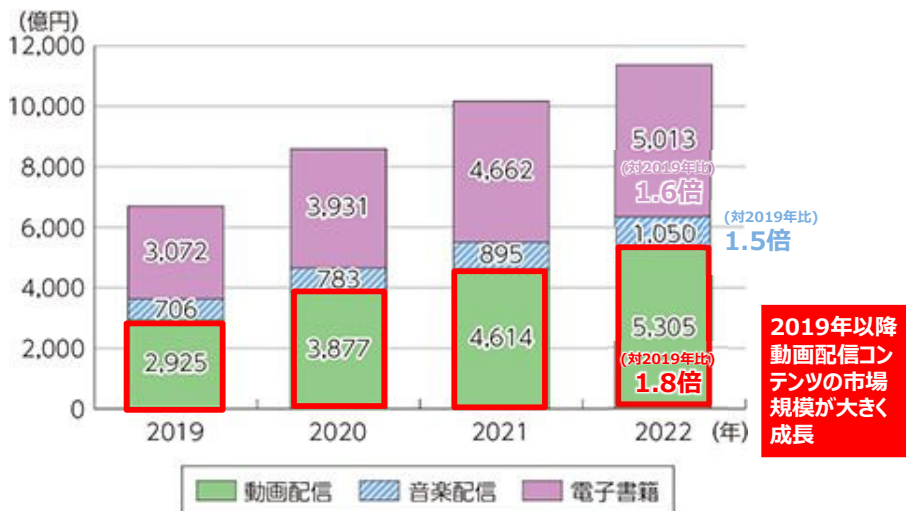
N=27014



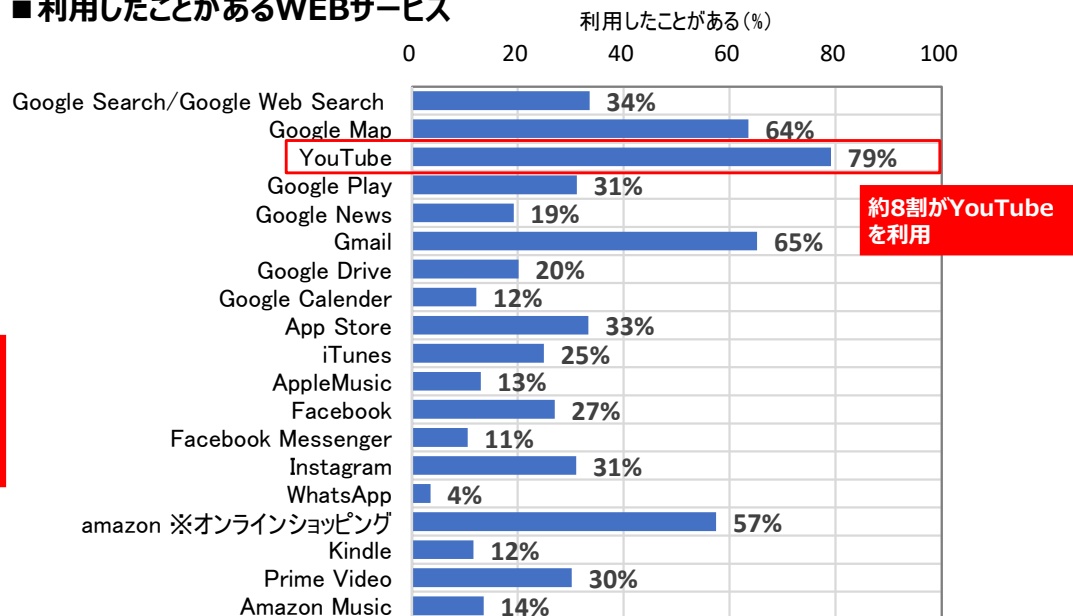
3.3 動画コンテンツによる情報発信の展望

- コロナ禍以降、動画配信コンテンツの市場規模は2019年以降年々増加しており、2022年には2019年時点の約1.8倍まで成長。
- WEBサービスの中でも特にYouTubeの利用率が高いことから、動画投稿コンテンツの活用も情報発信の一手として有効かもしれない。

■ 日本の動画配信・音楽配信・電子書籍の市場規模の推移

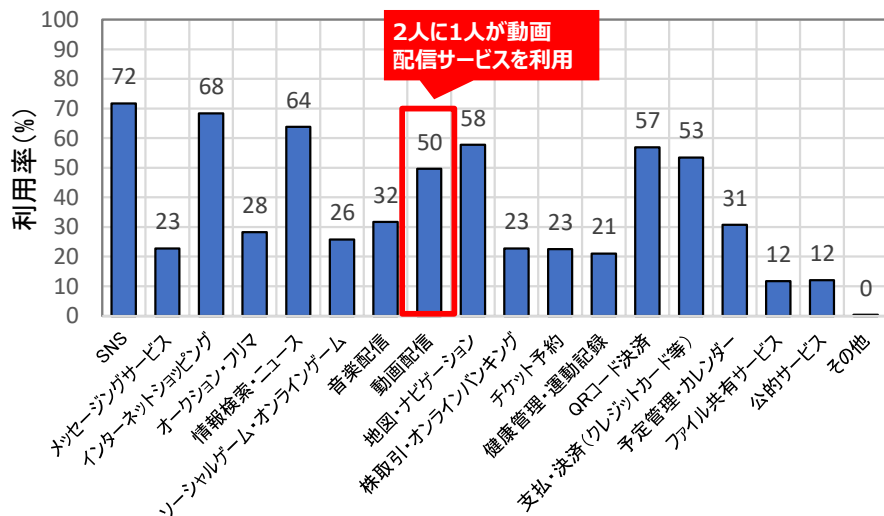


■ 利用したことがあるWEBサービス



■ WEBサービスの利用状況

出典：総務省,情報通信白書 (R5年)



出典：総務省,国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究(R5)

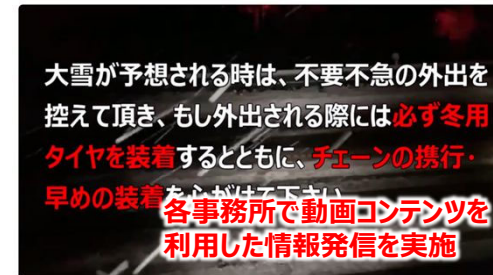
■ 動画配信コンテンツを活用した情報発信事例

▼ 道路整備効果の発信



出典：浪速国道事務所
公式YouTubeチャンネル

▼ 災害時の情報発信・意識啓発



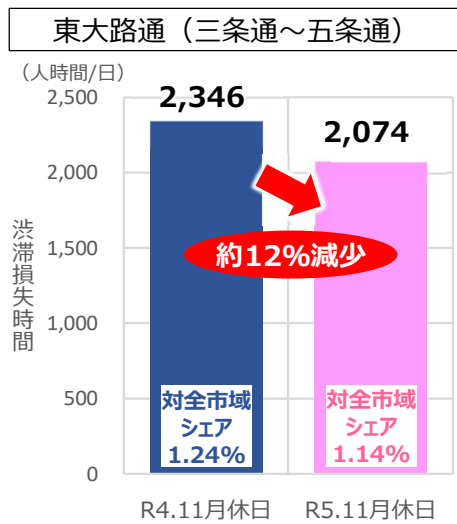
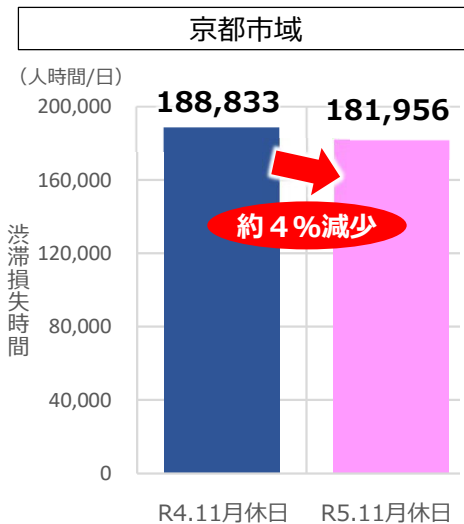
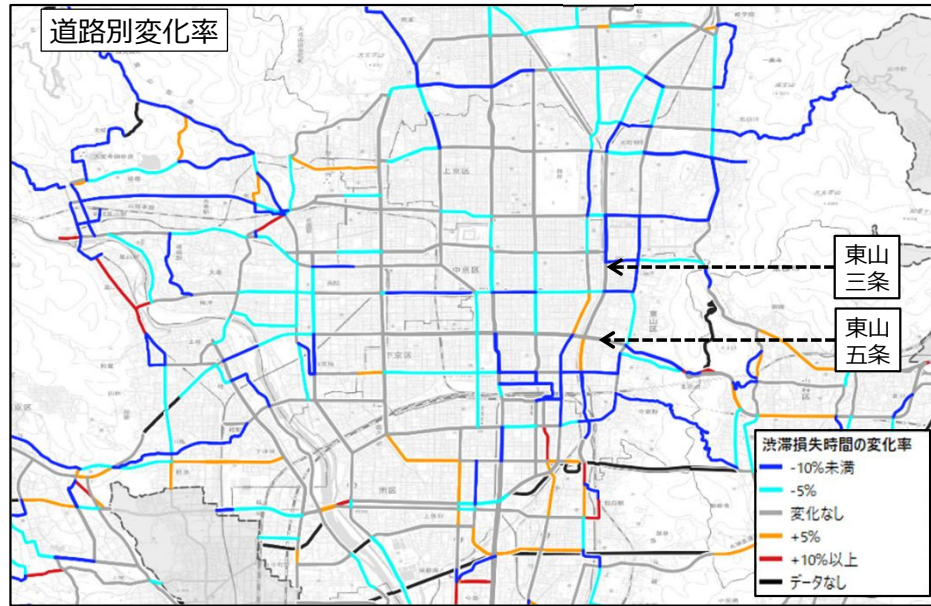
出典：京都国道事務所
公式YouTubeチャンネル

4. 情報提供の実証実験 による影響評価

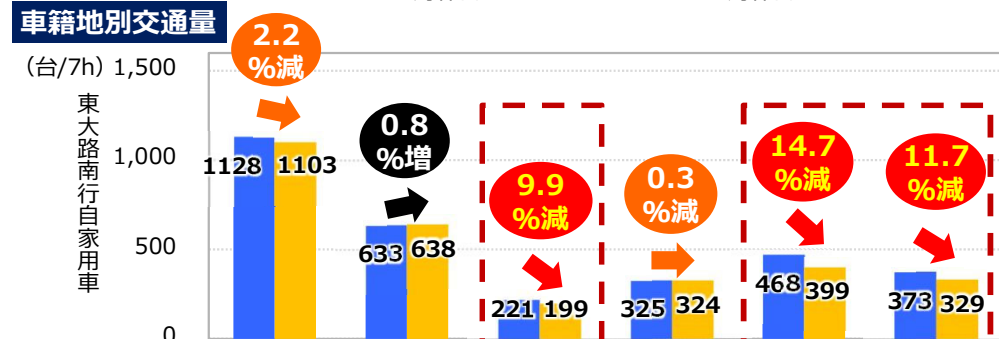
4.1 実証実験による交通への影響

- 京都市内の実証実験中の渋滞損失時間は、昨年度より減少傾向にあり、特に観光エリアである東大路通では約12%減少している。
- 東大路通の自家用車交通量は、昨年度より約5%減少し、サイト閲覧時間が比較的長い兵庫県や中部地方等で減少幅が大きい。

■ 休日の渋滞損失時間の変化 (R4.11月 → R5.11月)

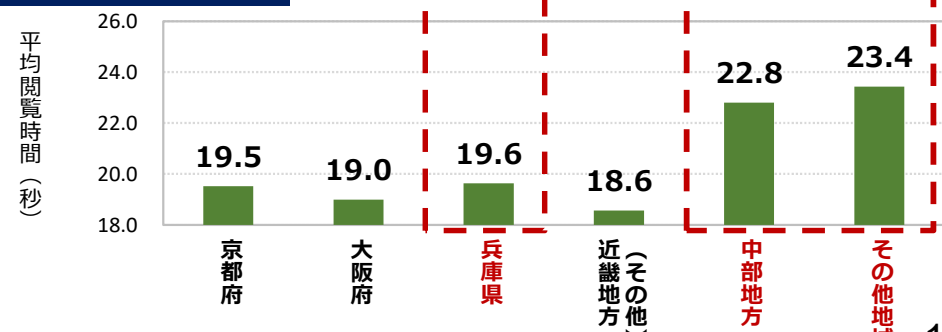


■ 東山五条南行における自家用車交通量の変化 (R4.11月 → R5.11月)



出典：東山五条のナンバープレート調査

■ 実証実験サイトの閲覧時間

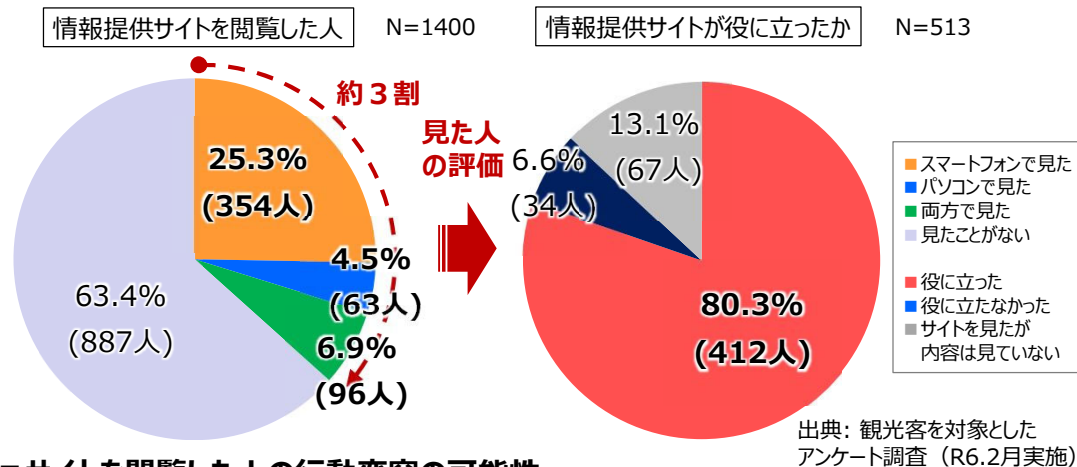


出典：Google Analytics (※IPアドレスから地域を判定)

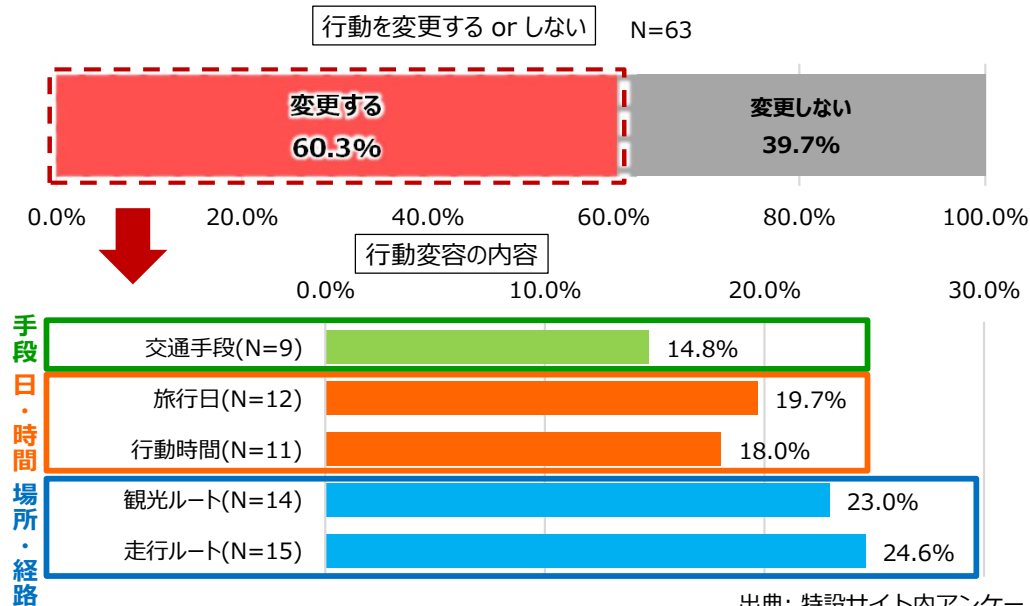
4.2 情報提供による行動変容の可能性

- 秋の観光シーズンに京都観光に訪れた人の約3割が情報提供サイトを閲覧し、うち約8割が役に立ったと回答。
- また、サイトを閲覧した人の約6割が行動変容を検討しており、公共交通機関等の利用割合もやや高い結果となっている。
- ➔ 観光客の行動変容に少なからず影響を与えたと推察されるため、実験を通じて得られたデータや知見を踏まえて来年度の取組みに繋げる。

■ 情報提供サイトを閲覧した人の評価



■ サイトを閲覧した人の行動変容の可能性



■ 情報提供サイトを「見た人」と「見ていない人」の京都市内のアクセス交通手段（複数回答）

