Press Release　報道関係各位

株式会社 D2C
2025 年 12 月 10 日

大阪・関西万博の来場者をドコモデータで解明！
イベント・観光旅行事業向け『docomo data square® 分析レポート』を公開
～人流データによる高精度な来場者分析で、イベント・地方のマーケティング活動に貢献～

株式会社 D2C（本社：東京都港区、代表取締役社長：高田 了、以下 D2C）は、株式会社 NTT ドコモ（以下ドコモ）が保有する 1 億超（※1）の会員基盤をベースにしたドコモデータ（※2）を活用したイベント・観光旅行事業に携わる企業様向けの「大阪・関西万博 来場者分析レポート」を公開いたしました。

※1 2025 年 9 月末時点の d ポイントクラブ会員数

※2 個人が特定されるデータは含まれていません。

物価高により節約志向が強まる現代においてもなお、「外食・宿泊サービス」「娯楽・スポーツ・文化」などの遊興費は家計の 1 割強（※3）を占め、非日常の時間・空間への消費が、生活に必要な支出として存在感を示しています。

※3 引用元：内閣府 2023 年度国民経済計算 V．付表（12） 家計の目的別最終消費支出の構成（名目）より D2C 集計

こうした市場における顧客の正確なニーズや行動経路を把握することは、イベント・観光旅行事業に携わる企業にとって集客施策や地域経済への影響を分析する上で極めて重要です。しかし、従来の分析手法では、イベントにおける「実際の来場者」を高精度で捉え、居住地や趣味嗜好といった詳細な情報を紐づけることが困難でした。

本レポートは、2025 年 10 月 13 日に閉幕した国際的な注目度の高いイベントである「大阪・関西万博」をテーマに、ドコモデータを用いた来場者分析を実施したものとなります。データ分析サービス「 docomo data square® 」の具体的な活用イメージを提示することを目的とし、イベントのデータ検証を通じて、イベント・観光旅行事業におけるマーケティング活動の一助となることを目指しています。

■ ドコモデータによる分析の強み

本レポートでは、ドコモデータの持つ優位性を最大限に活用しています。

- 高精度な人流データの活用
  通信キャリアならではの強みであるドコモデータの人流データを用いることで、イベントに来訪したユーザー群を高い精度で捉えることが可能です。
- 詳細なユーザー特徴の分析
  捉えた来場者群に対し、居住地や趣味嗜好などの詳細な属性データをかけ合わせ、イベント来場者の具体的な特徴（ペルソナ）を明らかにします。これにより、イベントや地方のマーケティング活動、今後のプロモーション戦略立案に役立つ深いインサイトを提供します。

■ レポートの活用例

本レポートで実施した分析手法は、以下の広告主企業におけるマーケティング活動にご活用いただけます。

1. イベント主催企業：イベント来場者の詳細な属性を把握し、次期イベントの企画立案や、協賛企業への効果的な提案に活用。
2. 観光・宿泊施設：イベント来場者の居住地や行動範囲を分析し、地域への経済波及効果を測定。周辺施設の集客やプロモーションに活用。
3. 地方自治体・DMO：イベント終了後の継続的な観光誘致施策立案のため、来場者の特徴を分析し、新たなターゲット層へのアプローチを検討。

■レポート概要

目的　　：大阪・関西万博来場者の特徴把握

使用データ：ドコモデータ（ユーザー契約情報、キャリア決済データ、アプリ利用ログ、
位置情報データ（Wi-Fi）、d ポイント加盟店利用情報、アンケートデータ

分析方法　：分析対象と比較対象との差分スコアをもとにしたペルソナ分析

①分析対象：開幕期来場者　比較対象：ドコモユーザー全体

②分析対象：閉幕期来場者　比較対象：ドコモユーザー全体

■レポート内容

・市場概況

・大阪・関西万博　概要

・来場者特徴分析

・人流分析

・イベント・観光分析パッケージ

■ダウンロード方法

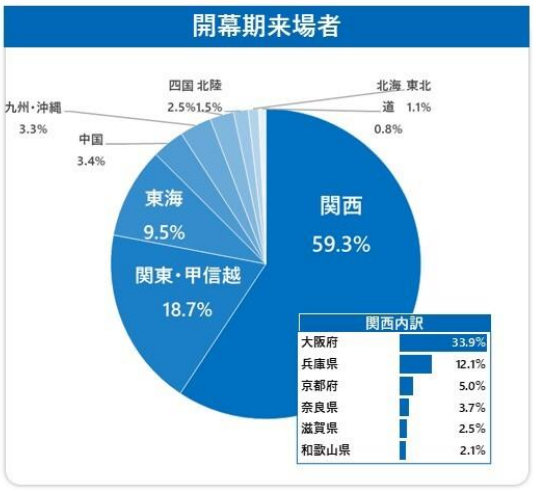
以下のリンクから無料でダウンロードできます。

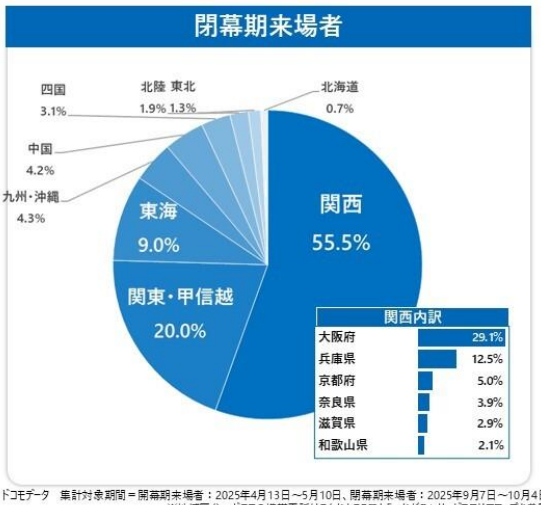
https://canvas.d2cr.co.jp/whitepaperlist/ddpreport_expo2025/

■資料抜粋

ドコモデータ | 来場者分析：居住地比率

両期間共に、関西在住者が過半数を占めていたものの、
開幕期に比べて閉幕期では関西在住者の比率が下がり、関東・甲信越在住者の比率が高かった。



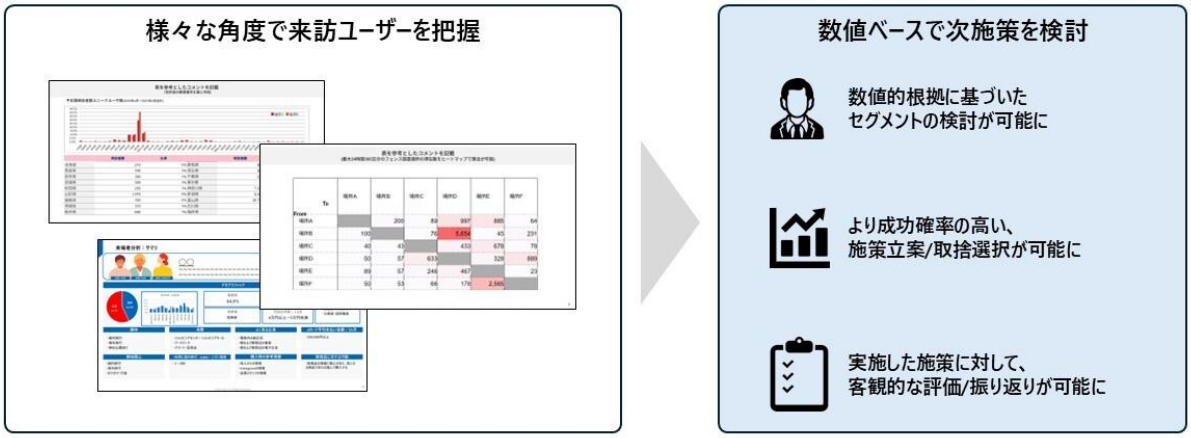


※出典：ドコモデータ　集計対象期間＝開幕期来場者：2025年4月13日～5月10日、閉幕期来場者：2025年9月7日～10月4日
※地域区分：ドコモの携帯電話はこんなところでも「つながる」サービスエリアマップを参照

© 2025 D2C Inc, All Rights Reserved.

イベント・観光分析パッケージ

イベントによる周囲の影響や、観光地の現状を数値ベースで把握し、
様々な情報を基により効果的な施策検討が行えます。



© 2025 D2C Inc, All Rights Reserved.

今後も D2C グループでは、ドコモデータに基づく高精度なターゲティングやドコモメディア特性を生かした商品開発に取り組み、広告主の多様なニーズに応えてまいります。

■「ドコモデータ」について

株式会社 D2C が、ドコモから提供を受けている第三者提供に同意されたユーザーデータ（広告識別子・属性情報・位置情報・行動履歴など）。1 億超（2025 年 9 月末時点の d ポイントクラブ会員）の会員基盤を持ち、属性データ（性別、年齢など）だけでなくキャリアならではの位置情報・購買履歴などの実行動データを保有しており、ドコモデータを活用した業種別広告商品の取り扱いも行っています。なお、これらのドコモデータには個人が特定されるデータは含まれておりません。

■docomo data spuare®とは

「docomo data spuare®」とは、ドコモが保有する利用者データとユーザーの属性や行動、興味関心が推定できる AI を組み合わせてターゲットを分析し統計情報を可視化できるサービスです。正確で多彩なドコモデータを活用することで、オンラインとオフラインを統合したデータ分析を実現します。これにより、広告配信前後のプランニングや効果検証、位置情報を活用した特定エリアの人流分析など、企業のマーケティング活動を強力にサポートします。

株式会社 D2C について

2000 年 6 月 1 日、株式会社 NTT ドコモ、株式会社電通、株式会社 NTT アドの 3 社合弁で設立。D2C では主に NTT ドコモが保有するデータを起点とした広告マーケティングソリューションの企画開発事業を展開。また、戦略立案からメディアプランニング、データ活用、クリエイティブ、CX など、デジタル領域を中心に幅広いマーケティング支援を展開しています。

URL：https://www.d2c.co.jp/

※株式会社 D2C は、2025 年 10 月 1 日付で、株式会社 D2C R および株式会社 D2C ID と合併いたしました。以下のサイトでは、D2C の各事業領域に関する有益な情報を引き続き発信しております。

D2C マーケティングエージェンシー事業　：　https://www.d2cr.co.jp/

└ Web マーケティングメディア「CANVAS」　：　https://canvas.d2cr.co.jp/

D2C マーケティング＆クリエイティブ事業　：　https://www.d2cid.co.jp/

本件に関するお問い合わせ先

株式会社 D2C　マーケティングエージェンシー事業本部　広報担当

E-mail：info-agency@d2c.co.jp