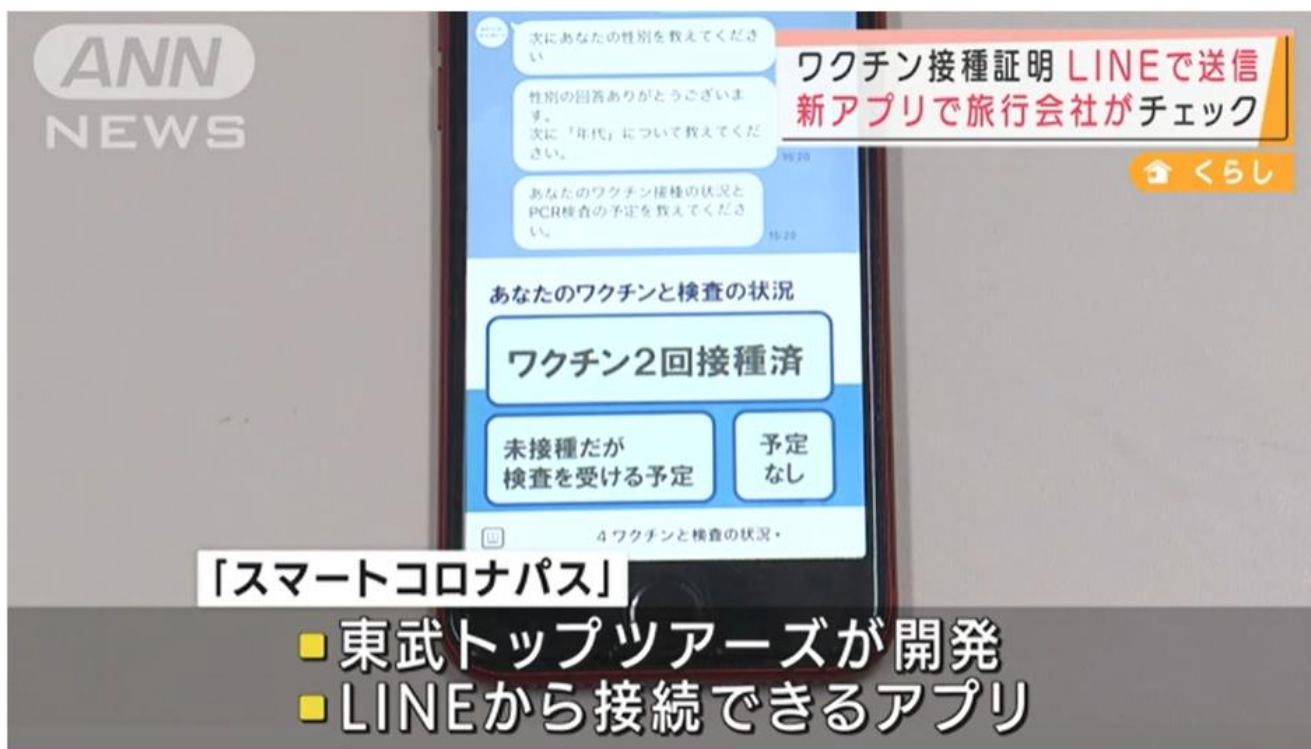


# LINE社から東武トップへの 転職4人組の10のターゲット



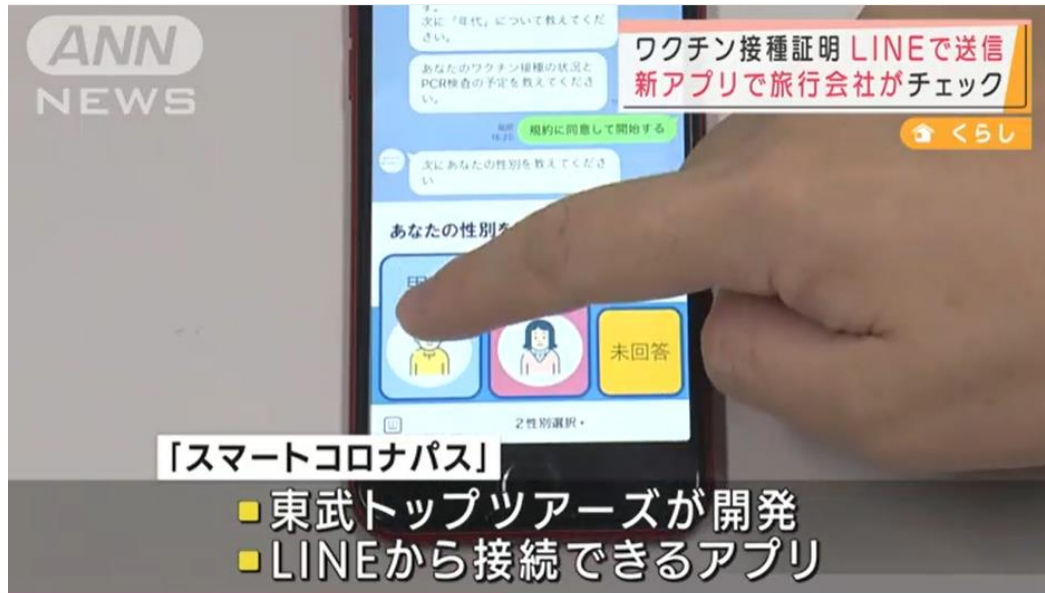
# LINE社から東武トップへの転職4人組の10のターゲット

数字	内容	状態	詳細
1	25都道府県のコロナアカウントへのスマートコロナパスの導入	アロー商流	12月3日濱崎、神戸でアローリンクとミーティング
2	約60自治体のワクチン予約へのスマートコロナパス&デジタルスタンプ証明の導入	デモ完成	デモビデオ完成
3	デジタル庁	デモ提案中	山田太郎大臣政務官と濱崎・村井ミーティング済。出向者も検討。
4	内閣官房デジタル田園都市構想	デモ提案中	御友内閣官房参事官と村井でミーティング済。出向者も検討。
5	観光庁	デモ提案中	濱崎取締役とミーティング済
6	経済産業省	デモ提案中	村井がデモアカウントを提出
7	文部科学省	DISCO商流	文科省とのZOOM済、DISCOがメインで東武はアンダー
8	ワクチン用デジタルスタンプ証明	契約書提示	岩田⇒山崎が契約調整。
9	観光協会用youtuberパック	打合せ済	ミーティング済。山崎が契約調整。
10	観光協会用データマーケティングコンサル	調整中	資料のみ



# スマートコロナパス

ワクチンの接種証明の  
アップロードシステム



# 1, 47都道府県中25都道府県の コロナLINEアカウントに追加

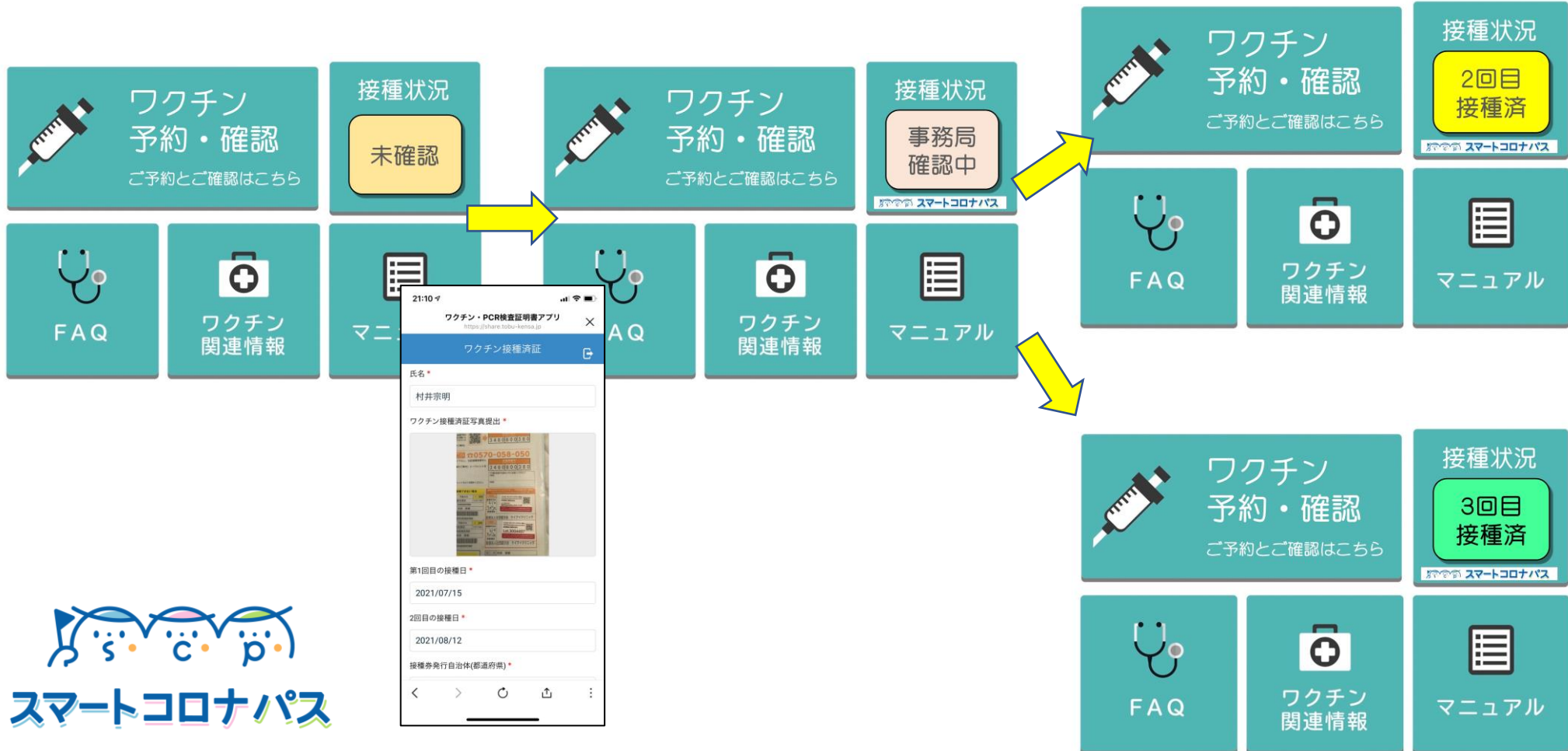
## 例 埼玉県 コロナ お知らせシステム 追加機能案

- ① 接種証アップロード
- ② 飲食店等の掲示機能
- ③ 抽選&電子クーポン  
などの特典機能

埼玉県民63万人登録の新型コロナ  
パーソナルサポートのLINEに新機能



## 2, 東武で持っている約60市町村の ワクチン予約LINEアカウントに追加

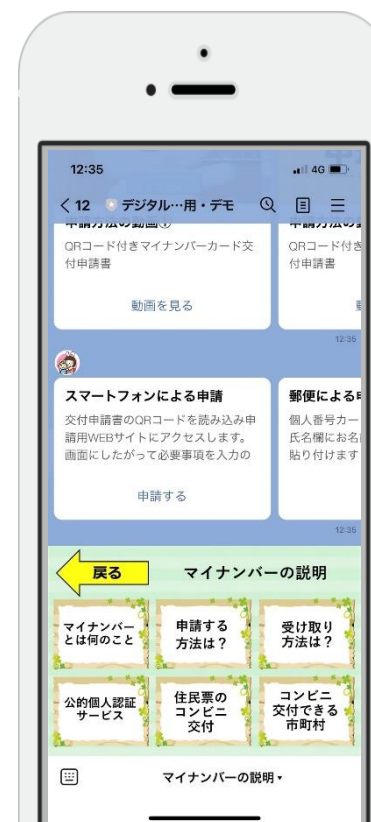




# 3, デジタル庁マイナンバー推進 公式LINEアカウント (東武TT提出デモ)



デジタル庁用のデモ  
をお試しく下さい



# 4, デジタル田園都市 提出デモ

デジタル田園都市国家構想実現会議 デモ 

## デジタル田園都市 国家構想実現会議 デモ



デモをお試し  
ください

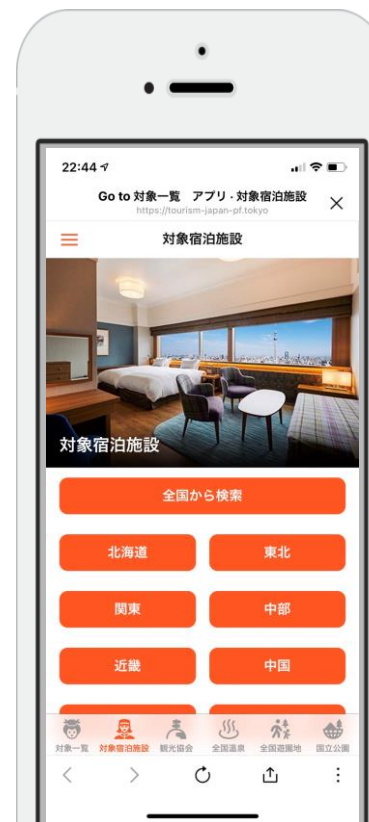


Copyright © TOBU TOP TOURS CO., LTD. All Right Reserved. 2

# 5, 観光庁 提出デモ



観光庁用のデモ  
をお試しく下さい





# 6, 経済産業省 提出デモ



経済産業省

Ministry of Economy, Trade and Industry

METI Journal  
ONLINE

METI Journal を埋め込んだ  
経済産業省 LINE公式アカウント

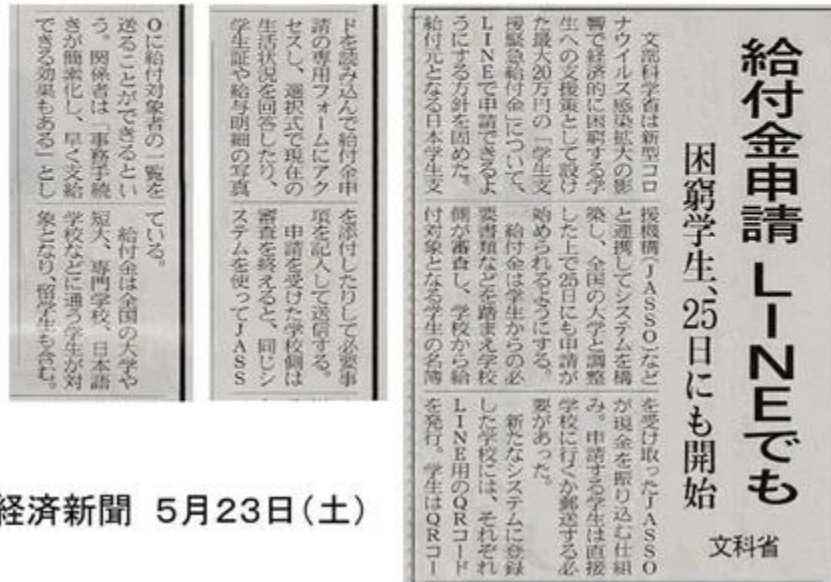
- ・ 属性別配信
- ・ 職種別配信
- ・ データ解析機能
- ・ 今後の機能拡張 が可能

経済産業省  
デモアカウント



# 7, 文部科学省 商流はDISCO

## 文部科学省 学生支援緊急給付金 「LINE申請」の成功



日本経済新聞 5月23日(土)



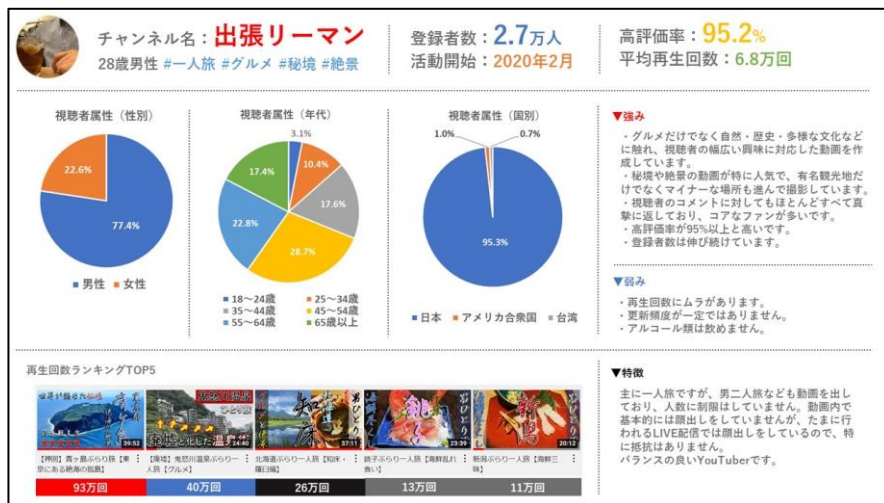
昨年も、DISCO (キャラタス) が受託。  
そのため、東武TはDISCOのアンダーで入る方向で調整。

# 8, ワクチン用デジタルスタンプ



接種会場での接種証明システムの開発中。  
デジタルスタンプを活用。

# 9, 観光協会youtuberパッケージ



YouTuber名	出張リーマン	
年齢と性別	28歳男性	
登録者数		2.7万人
平均再生回数		6.8万回
再生回数TOP5	【神回】青ヶ島ぶらり旅【東京にある絶海の孤島】	93万回
	【産地】鬼怒川温泉ぶらり一人旅【グルメ】	40万回
	北海道ぶらり一人旅【知床・羅臼編】	26万回
	鏡子ぶらり一人旅【海鮮乱れ食い】	13万回
	新潟ぶらり一人旅【海鮮三昧】	11万回
高評価率		95.2%
視聴者属性 (年代)	13~17歳	0.0%
	18~24歳	3.1%
	25~34歳	10.4%
	35~44歳	17.6%
	45~54歳	28.7%
	55~64歳	22.8%
視聴者属性 (性別)	男性	77.4%
	女性	22.6%
視聴者属性 (国別)	日本	95.3%
	アメリカ合衆国	1.0%
	台湾	0.7%
活動開始		2020年2月
強み	・グルメだけでなく自然・歴史・多様な文化などに触れ、視聴者の幅広い興味に対応した動画を作成しています。	
	・秘境や絶景の動画が特に人気で、有名観光地だけでなくマイナーな場所も進んで撮影しています。	
	・視聴者のコメントに対してもほとんどすべて真摯に返しており、コアなファンが多いです。	
	・高評価率が95%以上と高いです。	
	・登録者数は伸び続けています。	
弱み	・再生回数にムラがあります。	
	・更新頻度が一定ではありません。	
	・アルコール類は飲めません。	
その他特徴	主に一人旅ですが、男二人旅なども動画を出しており、人数に制限はしていません。動画内で基本的には顔出しをしていませんが、たまに行われるLIVE配信では顔出しをしているので、特に抵抗はありません。 バランスの良いYouTuberです。	

観光youtuberをパッケージにして販売。  
全国の観光協会にyoutube動画の作成の営業。



# 10, 観光協会用データマーケティングコンサル

## 観光地域の統計データ分析 (例)

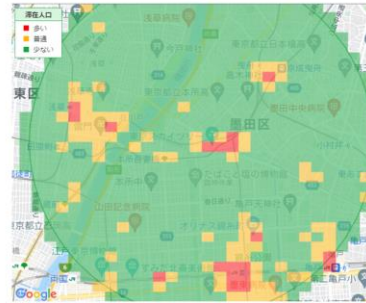
事例、東武トップツアーズ本社から徒歩8分



東武トップツアーズ DXチーム

観光圏分析ツール 東武トップツアーズ本社の周辺

滞在人口のデータ



東武トップツアーズ DXチーム

観光圏分析ツール 東武トップツアーズ本社の周辺

徒歩通行者のデータ

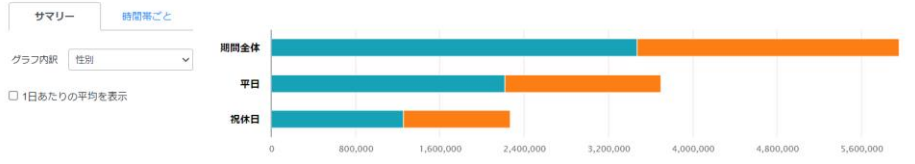


自動車通行者のデータ

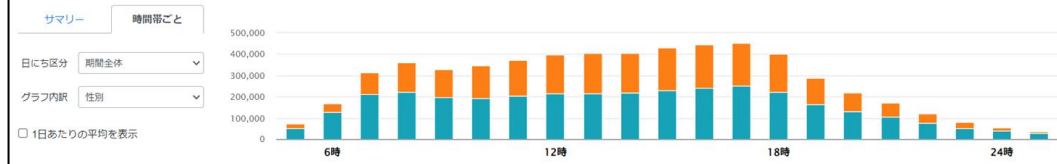


東武トップツアーズ DXチーム

通行人口分析 エリア名: スカイツリー



通行人口分析 エリア名: スカイツリー



観光協会のDX化へ、SNS・動画に加えて、滞在者、通行者、曜日、時間のデータを分析。