

誰もが手軽に使えるDXを実現する



東武トップツアーズが
DX界のユニクロになる！

誰もが手軽に使えるDXを実現する

- ① 東武トップが実現するDX「S-DX」
- ② 新入転職組のこれまでの作品
- ③ 新入転職組の今後の作品
- ④ 東武デジタル経済圏
- ⑤ 新デジタルマーケティング技術

第1章

東武トツプが実現するDX
「S-DX」とは何か？



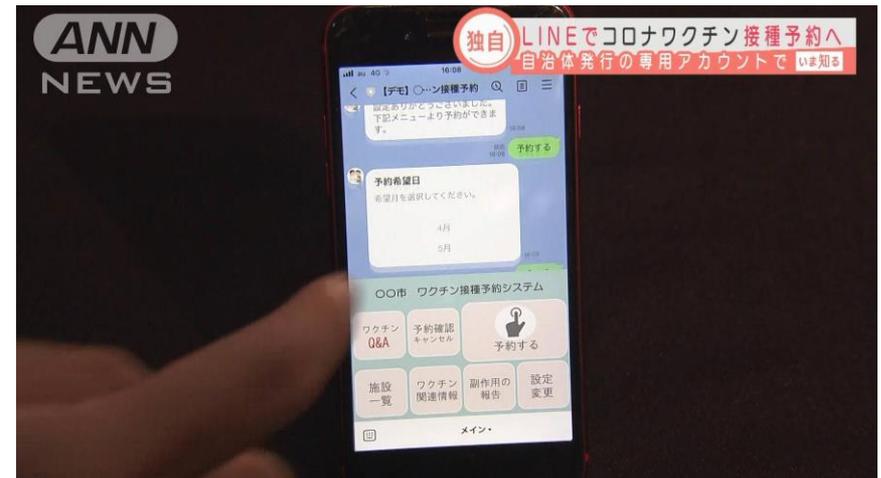
業績好調な東武TTの強み

他の旅行代理店が大苦戦する中で

東武トップツアーズは、

- ・営業力
- ・デジタル系委託事業

のおかげで業績好調

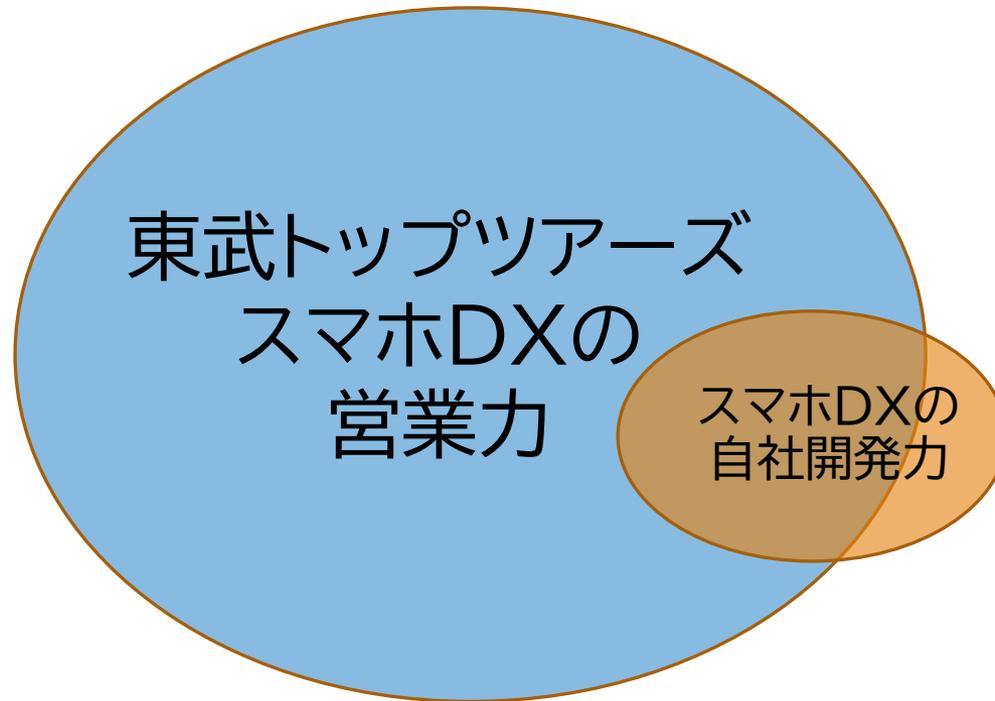


スマホ&SNSを使ったDXでは 東武TTがトツプランナー

- ・ワクチンLINE予約と会場運営
- ・GotoEAT LINE電子決済
- ・やまなしグリーン・ゾーン構想認証制度
- ・バスのLINE定期券



東武TTのスマホDXの営業力に 自社開発力を加える



社会のDXの実態 「やりたいけどできない」

DXをやりたいけど、実現できないという自治体や中小企業が多い

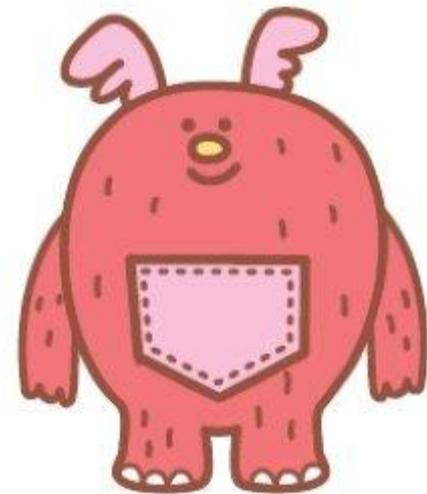
DXをやれって上から言われた
AI、IOT、JPKI って何なの？

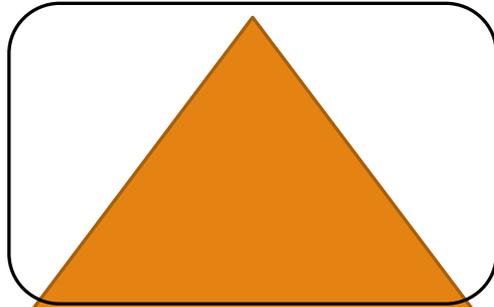
技術力がない
高額投資のコストもない



東武TTの使命

みんなが確実に
手の届くDXを
実現します

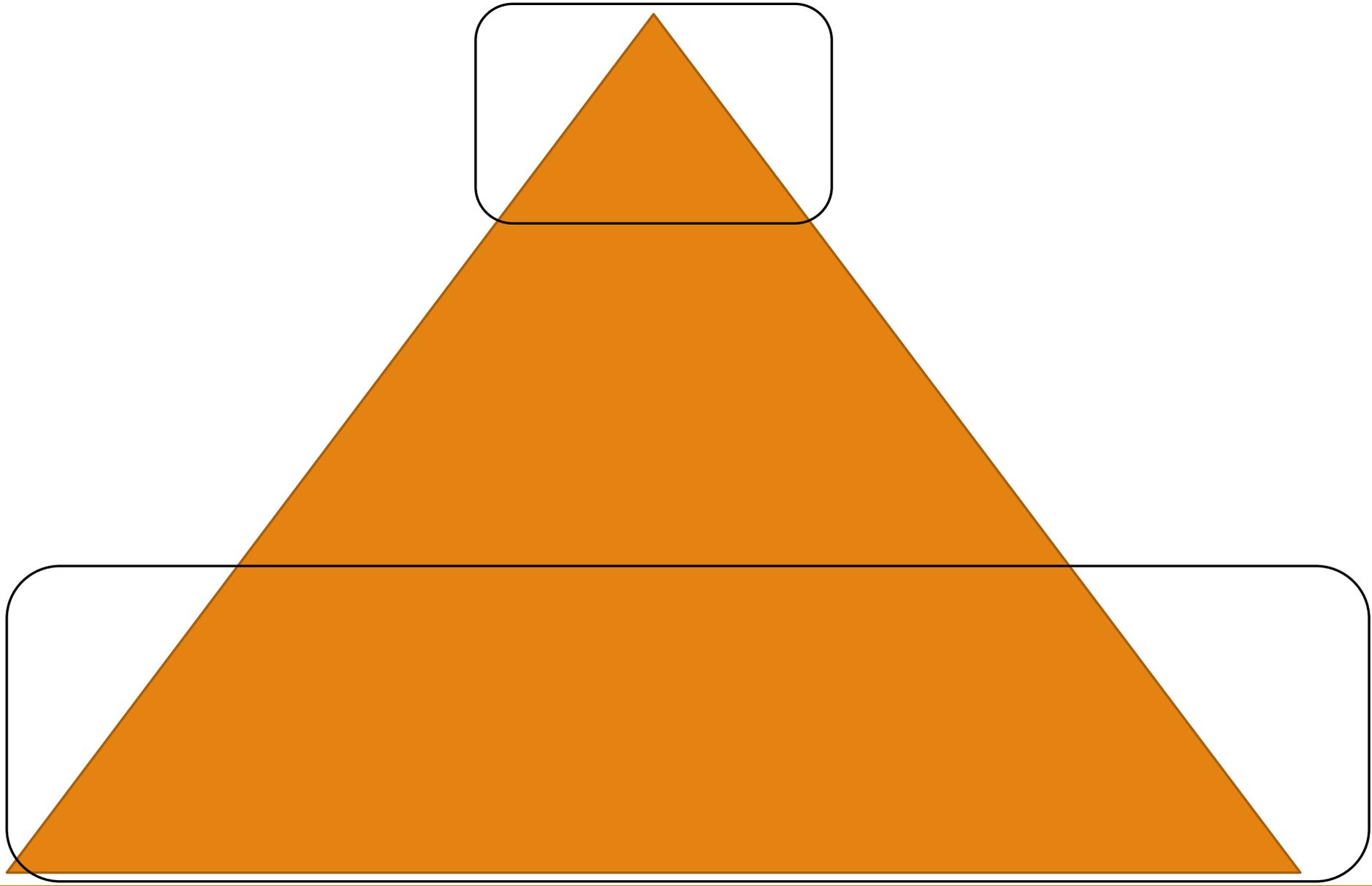




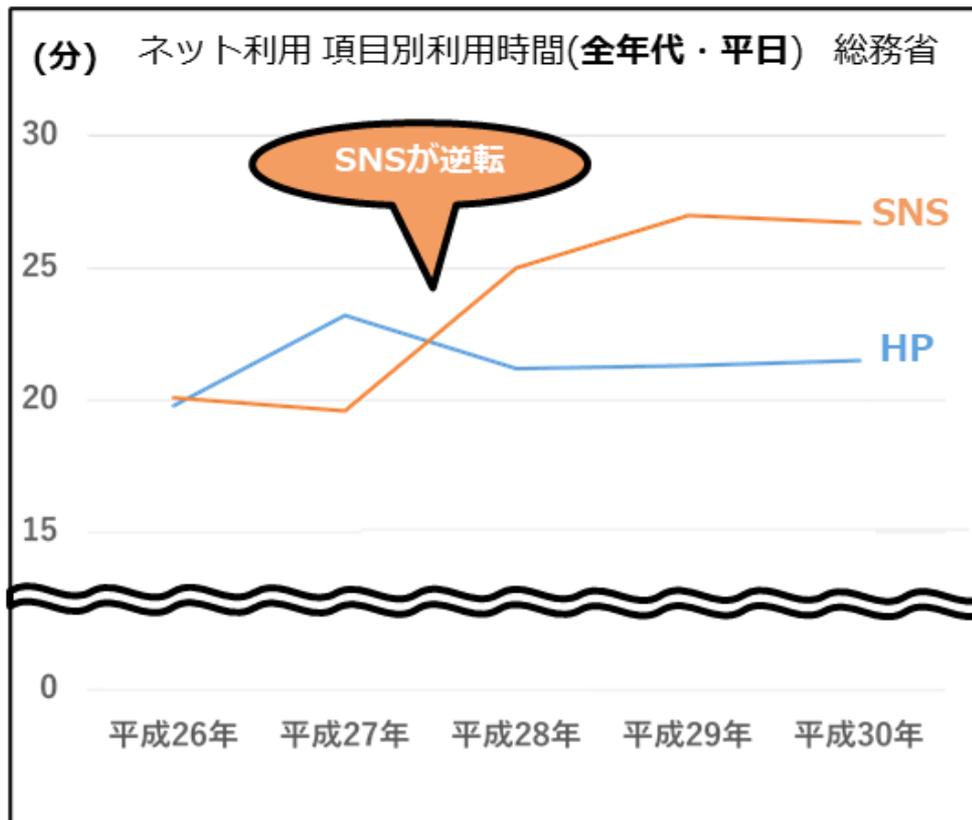
PRADA

TIFFANY & Co.





国民は「HPからSNSへ」



東武トツプ+DXの現実

= 東武の実績は

「7つのSが付くDX」



東武が実現してきた 7つのSが付くDX = 「S-DX」

東武トップが実現してきたDXの特徴

- S**imple シンプルな操作
- S**lim スリムなコスト
- S**martphone スマートフォンで
- S**NS SNSを使って
- S**mallstep 小さくても確実な一歩
- S**ecurity セキュリティの高いクラウド
- S**peedy 素早く実行できる内容

最先端よりも「現実に役立つ」へ

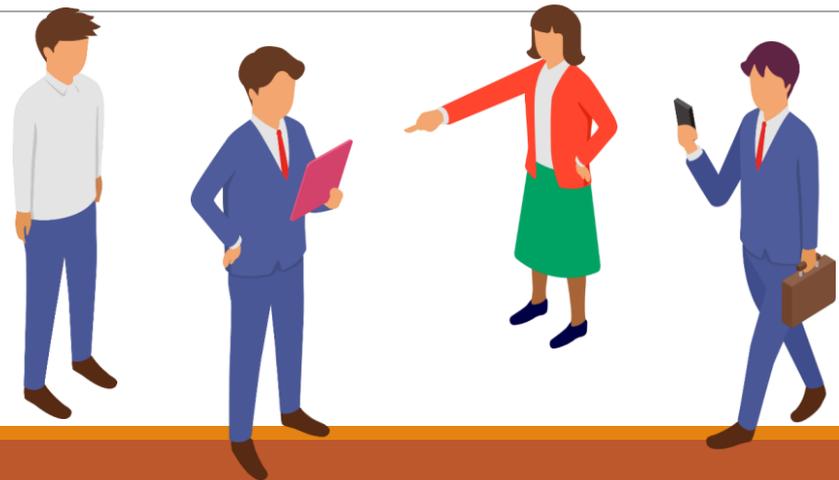
中小企業・地方自治体の「現実」とは？

- ①AI、IOT、JPKIなどの超最先端技術はハイスペックすぎる
- ②そのDXのための巨額の投資費用を用意できない
- ③ユーザーは、電話やHPでなくSNSを使っている
- ④ユーザーは、実際には難しい操作ができない

中小企業、地方自治体を
確実に前進させるのは **東武 S-DX**

第2章 これまでの作品

LINE株式会社から
東武トップツアーズへ転職する4人が
これまでに作ってきた
主なアカウント作品



主なアカウント作品

1. 文部科学省 子どもの学び応援
2. 文部科学省 給付金LINE申請
3. 文化庁
4. 経済産業省 新型コロナ事業者サポート
5. 経済産業省 未来の教室
6. 消費者庁 新型コロナ消費者向け情報
7. 金融庁 コロナサポート
8. 厚生労働省 自殺相談
9. 長野市 台風被災者支援
10. 市川市オンライン学習
11. 富山県新型コロナパーソナルサポート
12. 相模原・新型コロナウイルス情報
13. 太宰府市
14. 休校サポートLINEみらい財団
15. 学研
16. 学研韓国語チェック
17. 市進学院
18. 数学検定協会
19. LEC公務員試験

文部科学省 子どもの学び応援

コロナにともなう休校時のオンライン学習支援。

スマートフォン等からも手軽に、

自宅等での学習に活用できる無償の教材や動画等を紹介しています。

登録してお試してください



文部科学省 学生支援緊急給付金「LINE申請」

LINEのアカウント上で、スマホのカメラで、
学生証やバイトの明細書を撮影して申請。

日本経済新聞 5月23日(土)

LINE申請 第1次申請では登録学生数 **16万人**、申請学生数 **12万人**



文化庁

文化芸術を楽しみたい・応援したい方、新型コロナウイルスの影響を受ける文化芸術関係者の方に向けて、それぞれが必要とされている情報をお届けしています。

登録してお試ください



経済産業省 新型コロナ事業者サポート

新型コロナで困っている企業の情報を網羅したLINEのチャットボット。
支援策パンフレットに掲載されている情報をボタンの
切り替えで簡単にお調べいただくことができます。
最新情報も随時配信しています。

登録してお試しください



経済産業省 教育産業室「未来の教室」

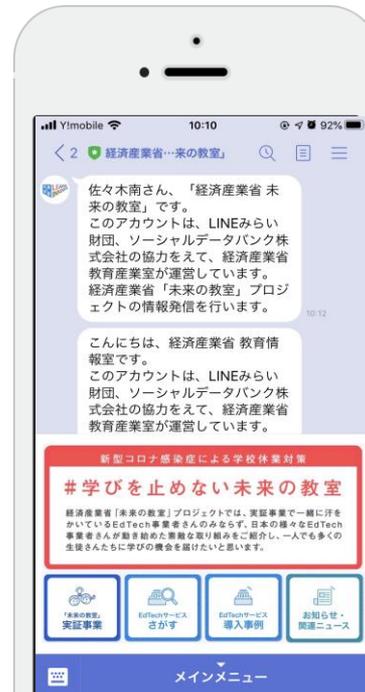
経済産業省 教育産業室が運営しています。

コロナに伴う休校で、オンライン学習が進みました。

生徒や保護者などの属性に合わせて、

経済産業省「未来の教室」プロジェクトの情報発信を行います。

登録してお試しください



消費者庁 新型コロナ関連 消費者向け情報

新型コロナウイルス感染症について、
消費者が不正確な情報に惑わされることがないように、
正確な情報がいち早く消費者の元に届くことが重要です。
今般、より多くの消費者の皆様へ直接的に情報を届けています。

登録してお試しください



金融庁 コロナサポート！

新型コロナウイルス感染症の影響による資金繰りやローンの返済などで、お困りの事業者・個人の皆様を支援するための情報を発信しています。

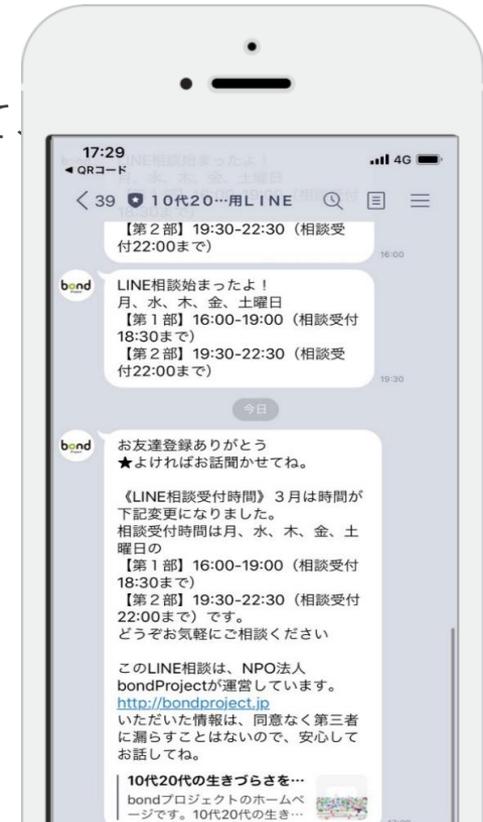
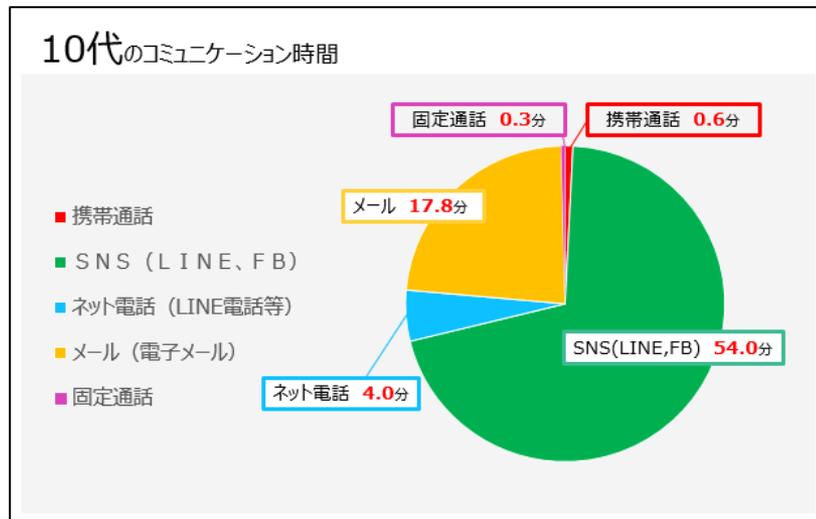
登録してお試ください



厚生労働省 自殺防止のLINE相談

厚生労働省では平成30年3月から、自殺防止を目的としたSNSを活用した相談事業を開始しています。

10代の利用時間の電話1分以下、SNSは5.4分という「電話からSNSへ」の実態に合わせて、LINEの相談体制を充実させています。



長野市2019台風被災者支援

「長野市2019台風被災者支援」アカウントと友達になることで、18日から24時間利用が可能となる。質問と回答は約100項目準備しており、罹災証明書関連のほか損害保険、生活再建資金などの問い合わせについても対応する。



市川市オンライン学習

オンライン学習の授業

学習問題

登録してお試しください



富山県新型コロナパーソナルサポート

各県のパーソナルサポートの改良版

〔コロナ対策について〕

- (1) 感染状況の確認
- (2) 感染予防対策について
- (3) MAKE TOYAMA STYLE
- (4) 在宅勤務について

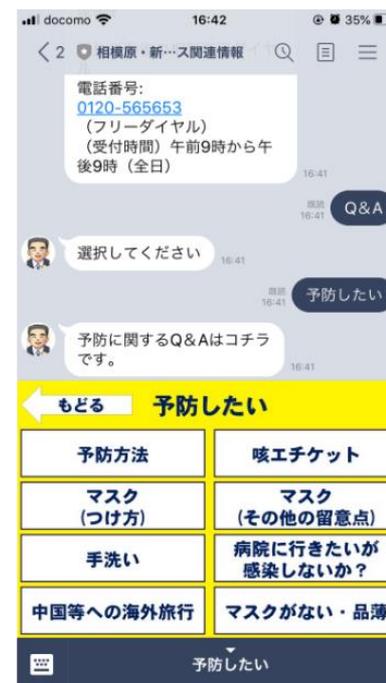
登録してお試しください



相模原・新型コロナウイルス情報

新型コロナウイルスに関してよくある質問や予防情報、最新ニュース、感染が疑われる場合の連絡先などの情報をチャットボットで提供しています。

登録してお試しください



太宰府市



クリックする



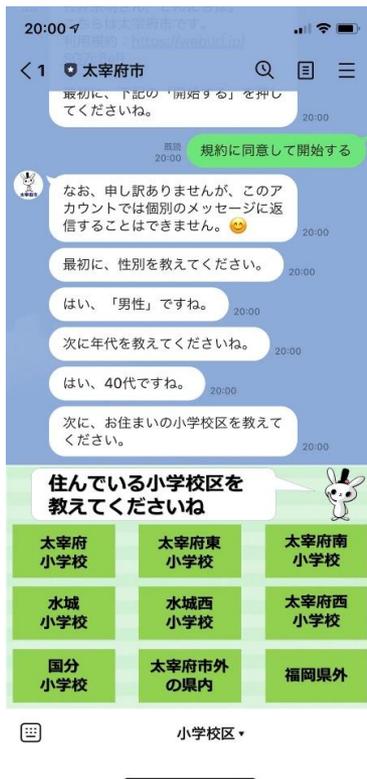
ワードを入力、検索する



メッセージで、出し方を案内

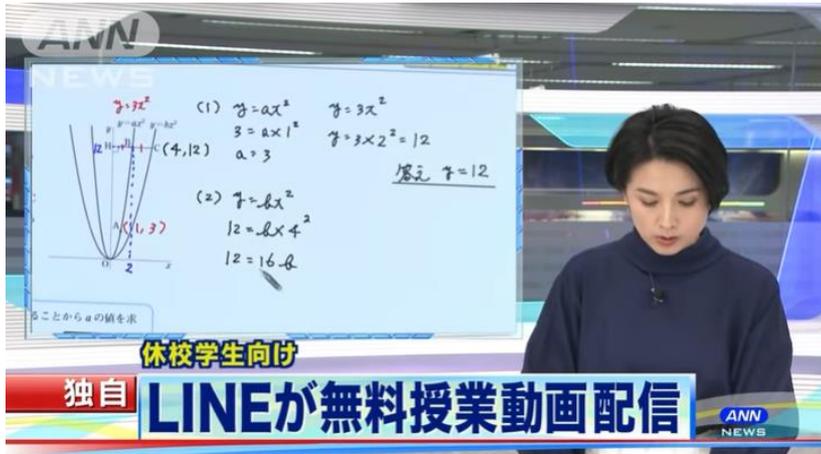
- ・ ゴミ出しチャットボット
- ・ 学習機能
- ・ 校區別配信システム
等の独自機能が盛りだくさん

登録してお試しください



新型肺炎休校サポート LINE みらい財団

5教科の学習ができます。



登録してお試ください



Gakken 学研

「LINE」を活用した学習システムの提供を開始

登録してお試しください



「Gakken 家庭学習応援プロジェクト」LINE公式アカウントイメージ

学研・韓国語チェック

LINE公式アカウント「Gakken韓国語単語チェック」を、誰でも無料でご利用いただけます。
早押しクイズ学習アプリ『はやべん』をベースにしているので、スキマ時間にゲーム感覚で学習できます。

登録してお試してください



市進 自宅学習サポート

中学生社会の一问一答777問に無料でチャレンジできます。地理・歴史・公民の各分野から出題。必要な分野だけ、隙間時間に勉強することができます。知識のチェックに最適です。

市進学院のウイングネットから理科・国語の授業動画もついています。

登録してお試しください

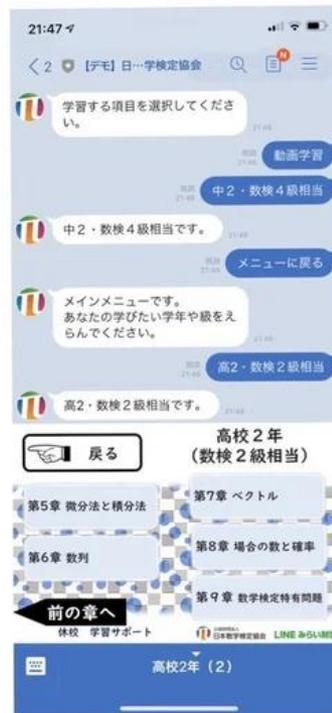


数学検定協会

数学の学習動画（全313本、数検準1～5級に対応）や数検に関するさまざまな情報を無料で閲覧できます。

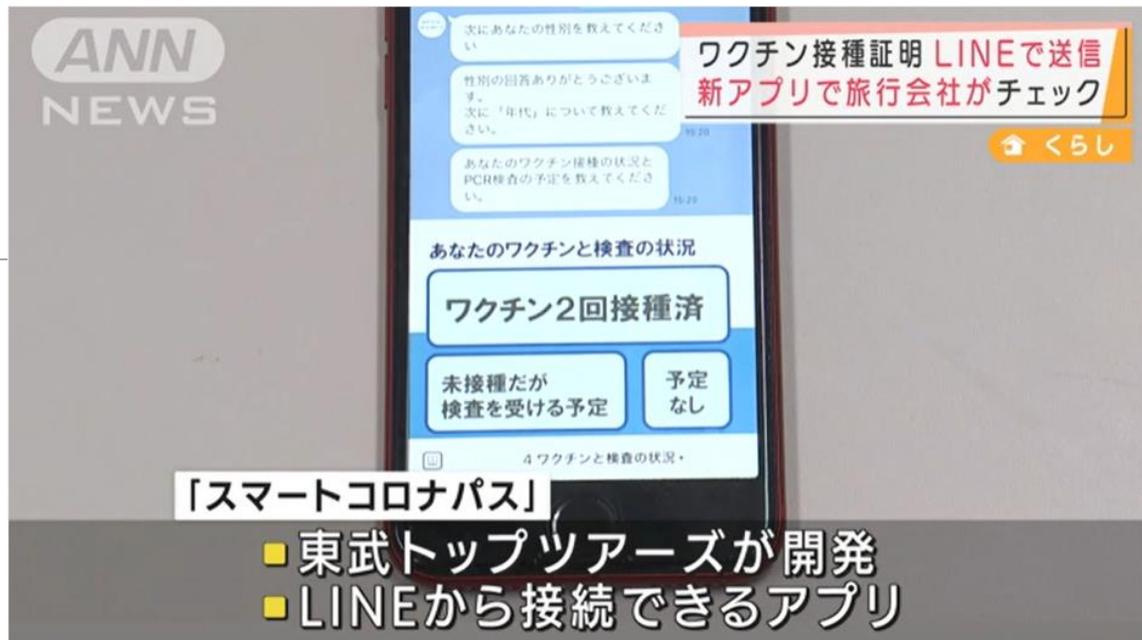
2020年7月から、「数検おすすめ階級診断」を新機能として追加しました。10の質問に答えるだけで、あなたにおすすめの階級を診断します。

登録してお試ください



第3章 今後の戦略

LINE社から東武トップへの 転職4人組の11のターゲット



LINE社から東武トップへの転職4人組の11のターゲット

	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
11	18歳以下の10万円給付事務	未	計画のみ



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



2回目接種は
アップロード確認



3回目接種は
デジタルスタンプ



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

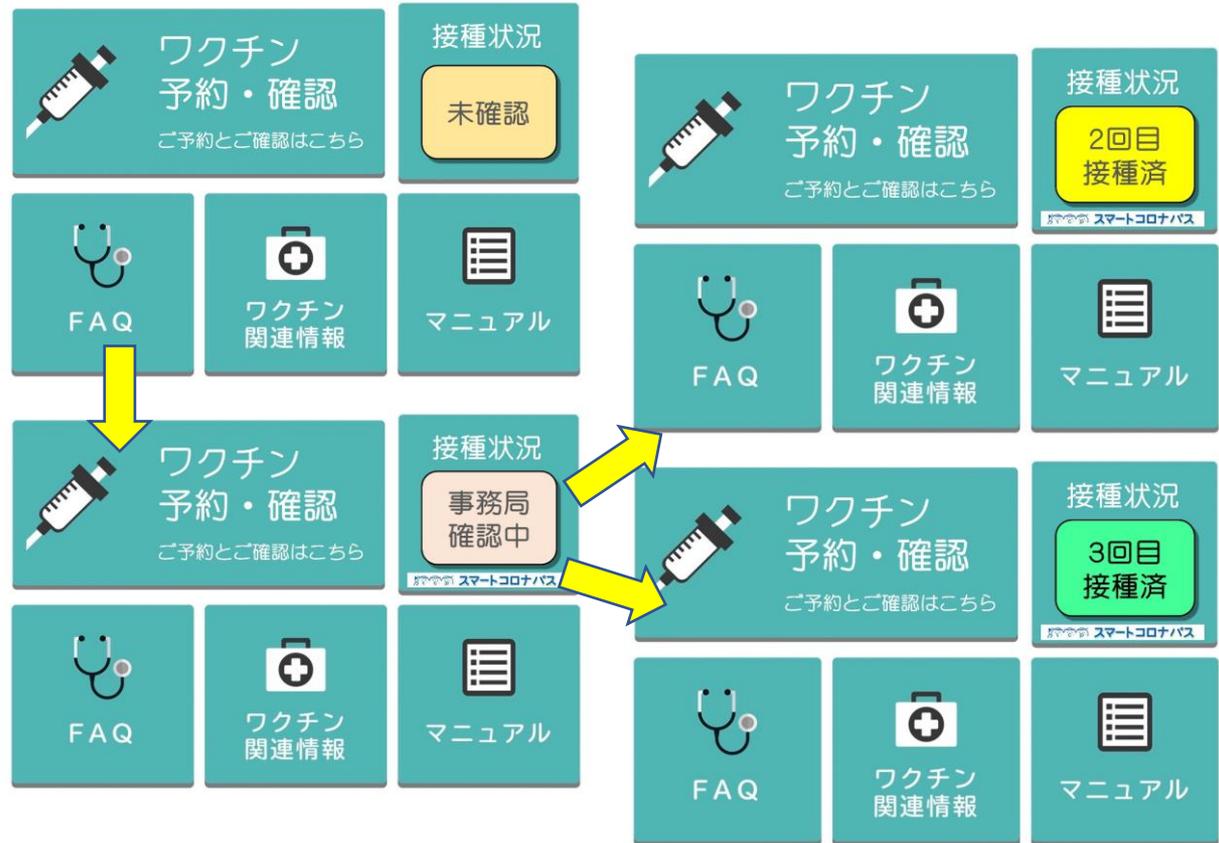
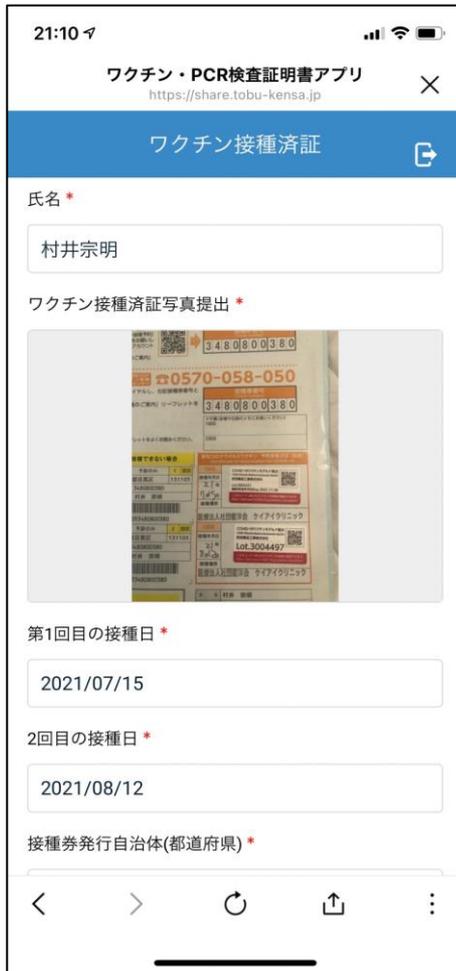
例 埼玉県 コロナ お知らせシステム 追加機能案

- 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）

登録してお試ください



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

登録してお試ください



5. 観光庁 提出デモ



登録してお試ください



6. 経済産業省 提出デモ



METI Journal
ONLINE

METI Journal を埋め込んだ
経済産業省 LINE公式アカウント

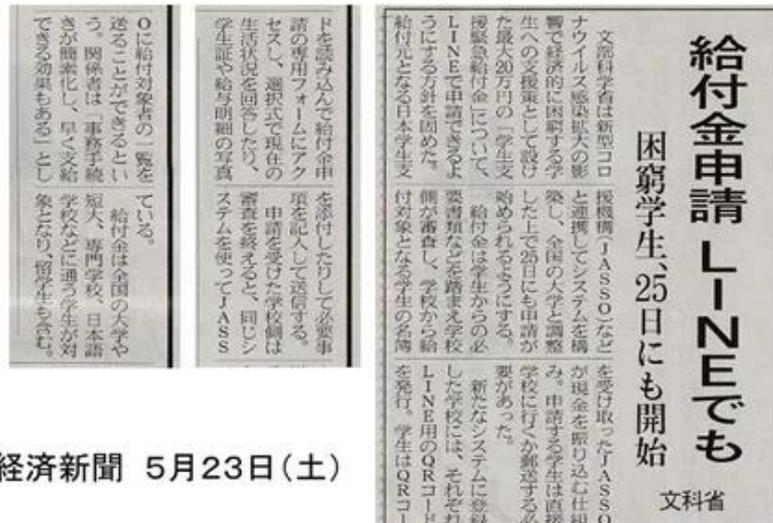
- ・ 属性別配信
- ・ 職種別配信
- ・ データ解析機能
- ・ 今後の機能拡張 が可能

登録してお試ください



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（キャリアタス）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

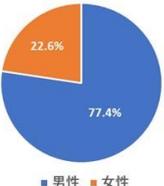


チャンネル名: **出張リーマン**
28歳男性 #一人旅 #グルメ #秘境 #絶景

登録者数: **2.7万人**
活動開始: **2020年2月**

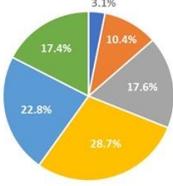
高評価率: **95.2%**
平均再生回数: **6.8万回**

視聴者属性 (性別)



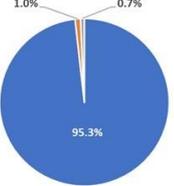
■ 男性 ■ 女性

視聴者属性 (年代)



■ 18~24歳 ■ 25~34歳
■ 35~44歳 ■ 45~54歳
■ 55~64歳 ■ 65歳以上

視聴者属性 (国別)



■ 日本 ■ アメリカ合衆国 ■ 台湾

▼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。

▼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すが、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。

再生回数ランキングTOP5



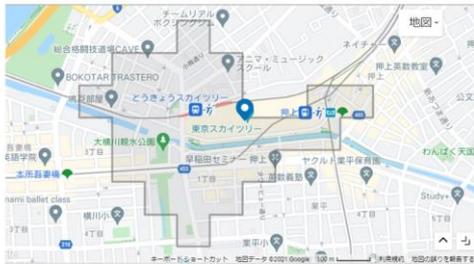
YouTuber名	出張リーマン	
年齢と性別	28歳男性	
登録者数	2.7万人	
平均再生回数	6.8万回	
再生回数TOP5	【神回】青ヶ島ぶらり旅【東京にある絶海の孤島】	93万回
	【廃墟】鬼怒川温泉ぶらり一人旅【グルメ】	40万回
	北海道ぶらり一人旅【知床・羅臼編】	26万回
	鏡子ぶらり一人旅【海鮮乱れ食い】	13万回
	新潟ぶらり一人旅【海鮮三昧】	11万回
高評価率	95.2%	
視聴者属性 (年代)	13~17歳	0.0%
	18~24歳	3.1%
	25~34歳	10.4%
	35~44歳	17.6%
	45~54歳	28.7%
	55~64歳	22.8%
視聴者属性 (性別)	男性	77.4%
	女性	22.6%
	日本	95.3%
視聴者属性 (国別)	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すが、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)

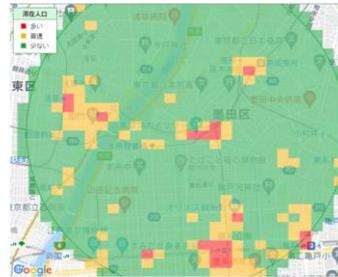
事例、東武トップツアーズ本社から徒歩8分



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

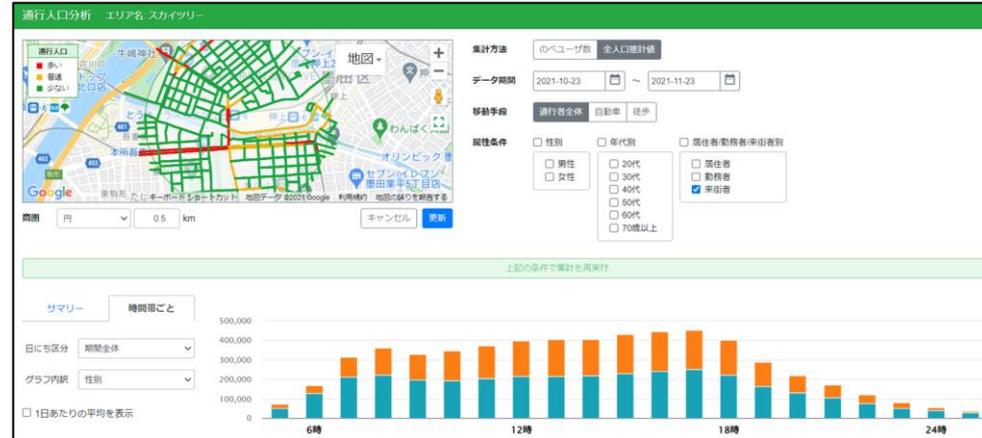
徒歩通行者のデータ



自動車通行者のデータ



東武トップツアーズ DXチーム



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。

11. 18歳以下の10万円給付事務

コールセンターを、国・都道府県
市町村それぞれに設ける
(コールセンター業務委託費)

少なくともこのコールセンターに
付随する24時間自動対応の
チャットボットは、我々が有利な得意分野です。

18歳以下への10万円給付の事務費の内容
(11月29日夕方、内閣官房給付金事業企画室より聴取)

1. 15歳以下への1回目の5万円給付(212億円)
・贈与契約に当たるため、「断る場合は●日までに返信ください」と郵送→振込(郵送費、振込手数料)
・児童手当は2, 6, 10月給付だが、2月を待たず12月にも別途振込み(振込手数料が別途かかる)
・人件費が最大の費用項目

2. 高校生への1回目の5万円給付(68億円)
・「給付を受けたい方は申請してください」と郵送→返信→振込(郵送費、振込手数料)
・費用の大きい順に、人件費、コールセンター業務委託費、郵送代。振込手数料はそれほどでもない。

3. クーポンによる5万円給付(967億円)
①事業者に対する営業活動、説明会、広報など(広報関係に係る経費)
②クーポン・申請書の印刷→申請書の郵送→申請希望の返信→クーポンの郵送(給付事務に係る経費=印刷費、郵送費等)
③クーポンを受け取ったお店が銀行で換金(換金費用、振込手数料)
④コールセンターを、国・都道府県・市町村それぞれに設ける(コールセンター業務委託費)
※給付事務に係る経費(印刷費、郵送費等)が967億円の約半分、人件費と合わせて約2/3。

第4章

東武デジタル経済圏

全国支店の営業力
& パートナー企業の技術力
「S-DX」を実現する！



東武デジタル経済圏

- ・スマホのSNS系
- ・スリムなコスト
- ・シンプルなユーザー操作

のITベンダーを中心にパートナーにして
全国の支店の営業力・サポート力で事業を展開

営業・企画・受発注



東武トップツアーズ
TOBU TOP TOURS

LINE API

コネクタージャパン ソーシャルデータバンク、ケルベロス
アロー、IRIS



拡張PWA



グライド



KIYONO



NOCODEJAPAN

デジタル
スタンプラリー

ボールドライト

LINE広告
LINEスタンプ
HP作成

NANNARU

インスタグラム

Monita

動画作成
youtube

自社

東武の現場営業力

- ・ITベンダーは東京本社しか持っていない
- ・オンラインだけでは信頼は深まらないので、高額な発注は難しい
- ・自治体は地元支店の存在を条件にするケースもある

東武の全国支店の強力な営業力・サポート力

後から述べる「顧客抱え込み戦略」を現場で実行！

第5章

東武の営業部隊を支援する 新データマーケティング技術

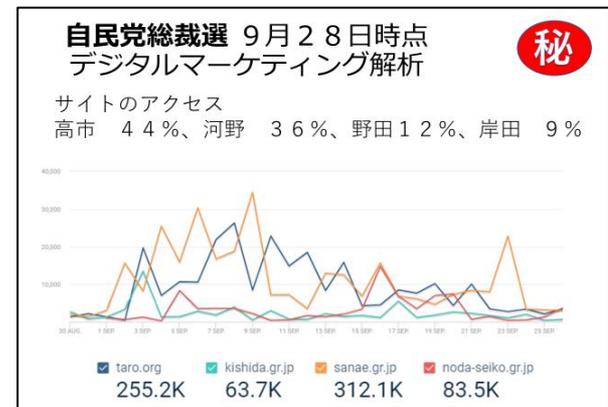


S-DXの武器は「データ」

どの業種でも「**経験**」は個々のお客さまの方が優位。
だから、経験ではなく、「**データ**」を数値で出して、
データに基づくロジックと技術で信頼を得る。

DXとは

データに基づく顧客主義

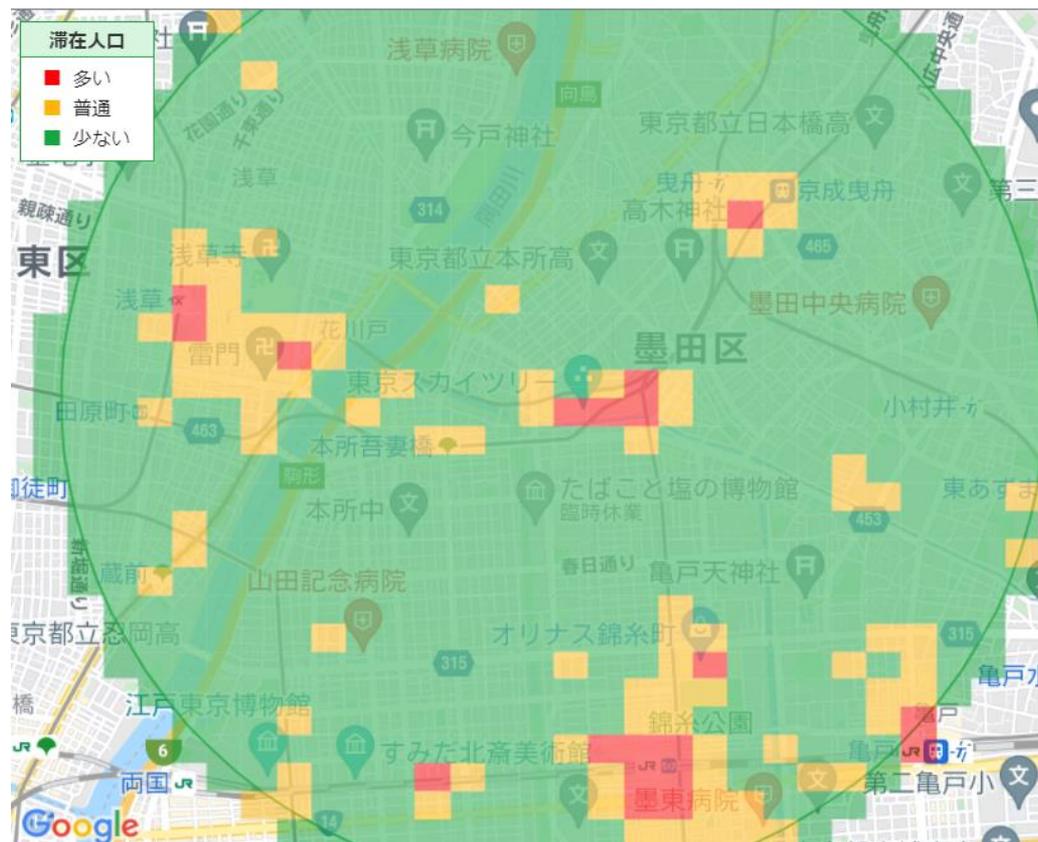


観光地域の統計データ分析 (例)

事例、東武トップツアーズ本社から徒歩8分



滞在人口のデータ



徒歩通行者のデータ



自動車通行者のデータ



男性の
通行データ



女性の
通行データ



平日と祝休日の交通の差

通行人口分析 エリア名: スカイツリー



商圏 円 0.5 km

キャンセル 更新

集計方法 のビューザ数 全人口推計値

データ期間 2021-10-23 ~ 2021-11-23

移動手段 通行者全体 自動車 徒歩

属性条件 性別 年代別 居住者/勤務者/来街者別

男性
 女性

20代
 30代
 40代
 50代
 60代
 70歳以上

居住者
 勤務者
 来街者

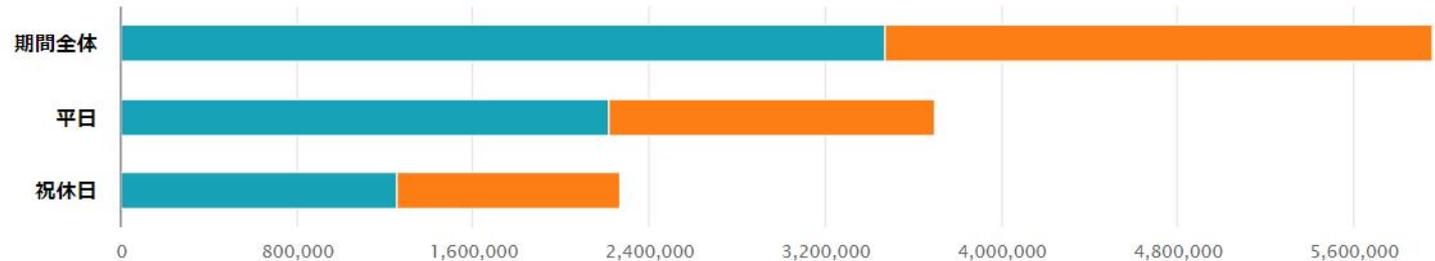
上記の条件で集計を再実行

サマリー

時間帯ごと

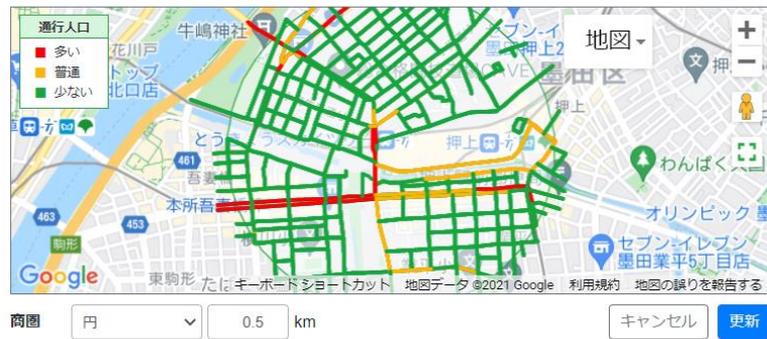
グラフ内訳 性別

1日あたりの平均を表示



時間ごとの交通の差

通行人口分析 エリア名: スカイツリー



集計方法 のペニューザ数 全人口推計値

データ期間 2021-10-23 ~ 2021-11-23

移動手段 通行者全体 自動車 徒歩

属性条件

性別
 男性
 女性

年代別
 20代
 30代
 40代
 50代
 60代
 70歳以上

居住者/勤務者/来街者別
 居住者
 勤務者
 来街者

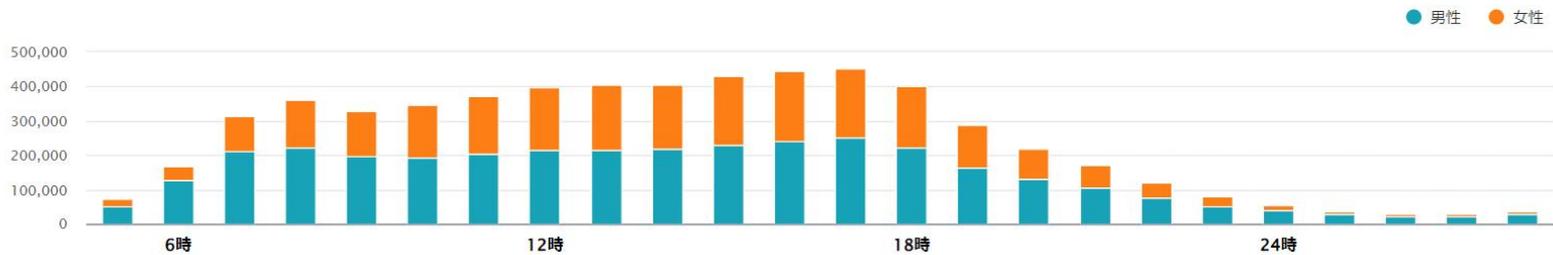
上記の条件で集計を再実行

サマリー 時間帯ごと

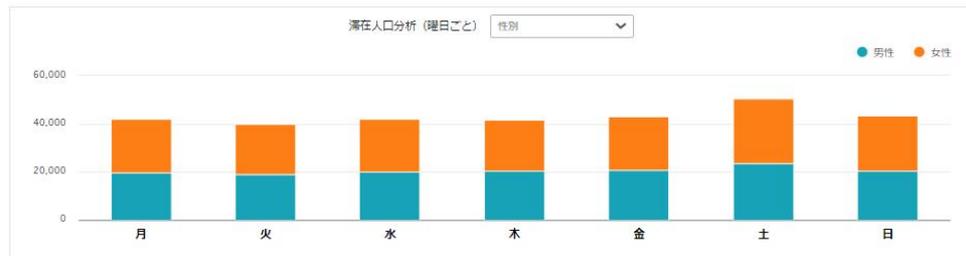
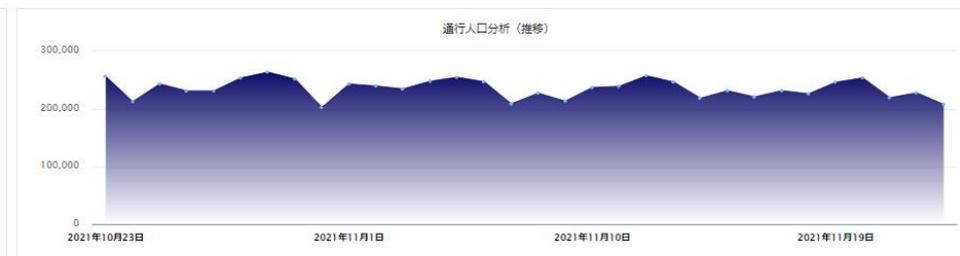
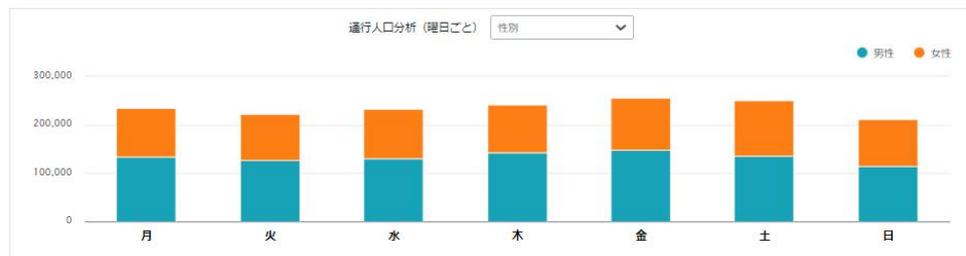
日にち区分 期間全体

グラフ内訳 性別

1日あたりの平均を表示



曜日ごとの交通の差

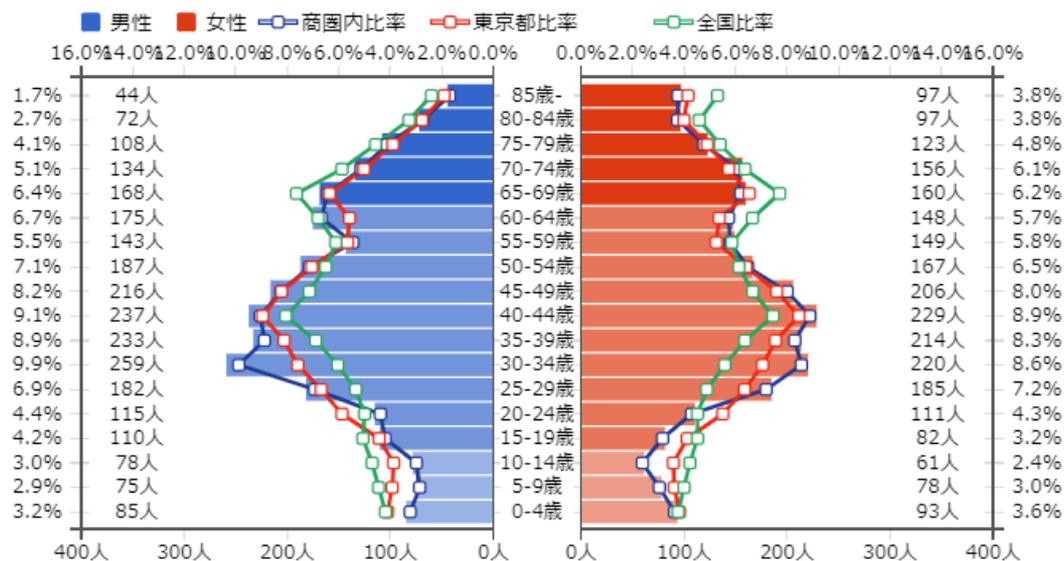


観光圏分析ツール 東武トップツアーズ本社から徒歩8分

商圏内人口・世帯

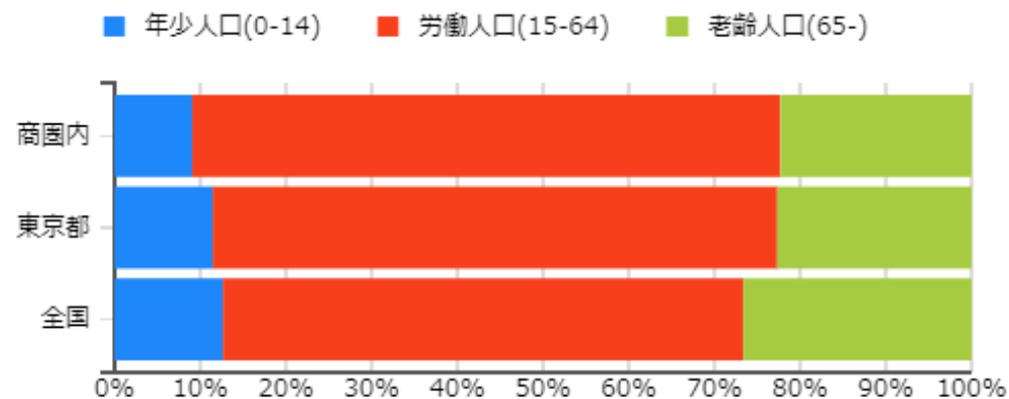
商圏内	
総人口	5,256 人
世帯数	2,769 世帯

人口ピラミッド



観光圏分析ツール 東武トップツアーズ本社から徒歩8分

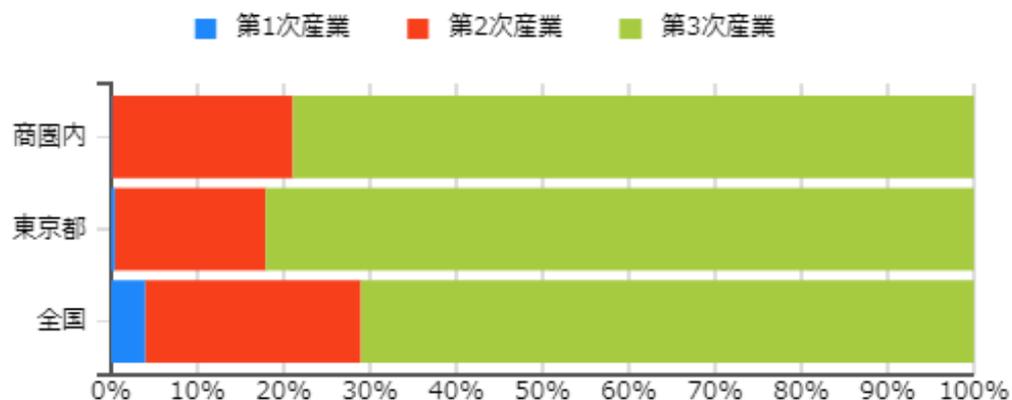
年代別構成比



	年少人口(0-14)	労働人口(15-64)	高齢人口(65-)
商圏内	471	3,567	1,159
東京都	1,518,130	8,734,155	3,005,516
全国	15,886,810	76,288,736	33,465,441
商圏内比率	9.1%	68.6%	22.3%
東京都比率	11.5%	65.9%	22.7%
全国比率	12.6%	60.7%	26.6%

観光圏分析ツール 東武トップツアーズ本社から徒歩8分

産業別就業者比率



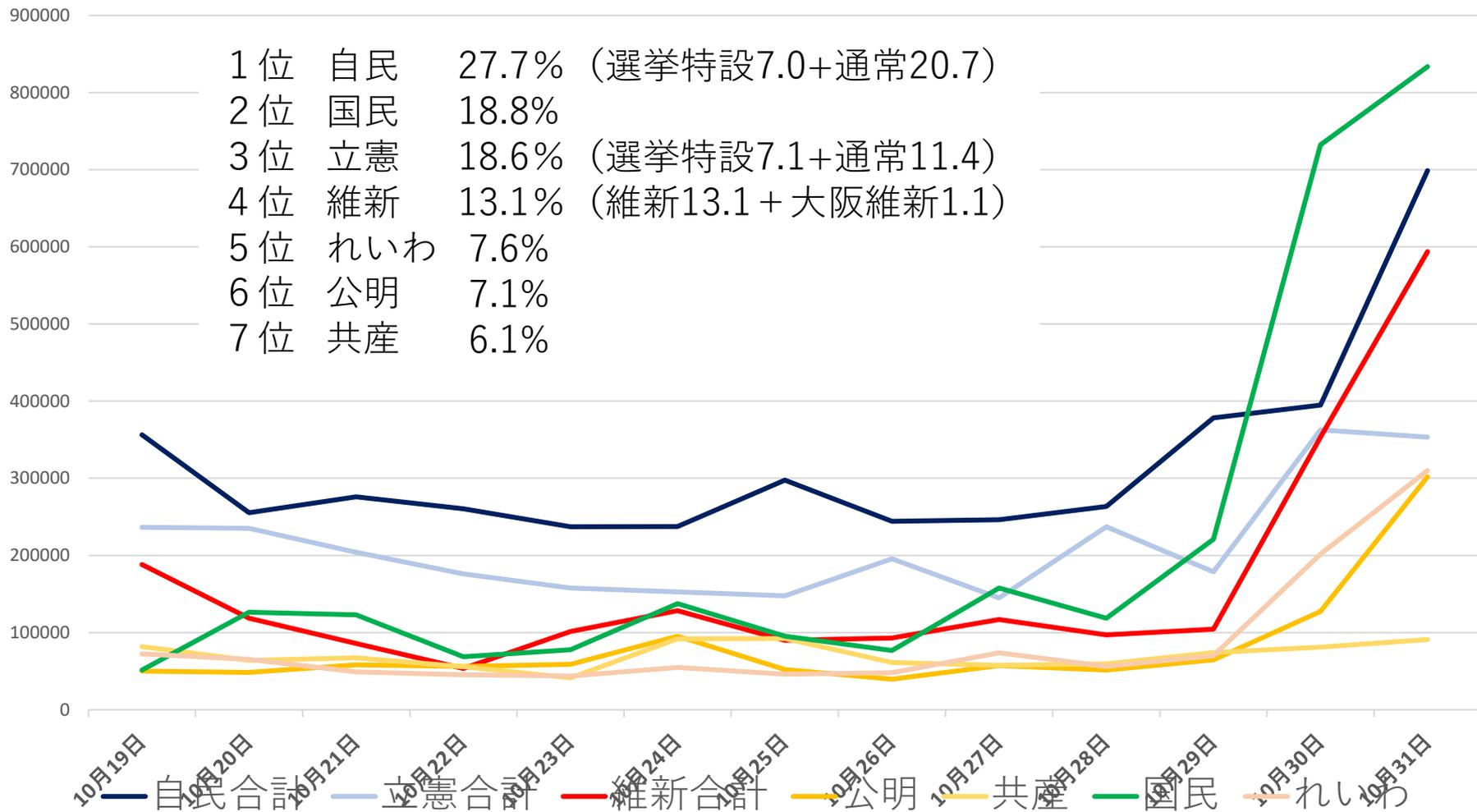
	第1次産業	第2次産業	第3次産業
商圏内	3	499	1,883
東京都	22,690	898,380	4,226,110
全国	2,221,699	13,920,834	39,614,567
商圏内比率	0.1%	20.9%	78.9%
東京都比率	0.4%	17.5%	82.1%
全国比率	4.0%	25.0%	71.0%

2021年 全政党ネット選挙の分析結果



1位	自民	27.7%	(選挙特設7.0+通常20.7)
2位	国民	18.8%	
3位	立憲	18.6%	(選挙特設7.1+通常11.4)
4位	維新	13.1%	(維新13.1 + 大阪維新1.1)
5位	れいわ	7.6%	
6位	公明	7.1%	
7位	共産	6.1%	

衆院選2021 全政党ページビュー数（公示期間）



非開示-研究分析用

衆院選2021 全政党アクセス比較 (公示期間)

名称	ドメイン	ページビュー率	ユニークユーザー率	サイト滞在時間
自民党 選挙特設サイト	special.jimin.jp	7.0	6.0	1分20秒
自民党 通常サイト	jimin.jp	20.7	18.1	1分32秒
立憲 選挙特設サイト	change2021.cdp-japan.jp	7.1	6.8	2分44秒
立憲 通常サイト	cdp-japan.jp	11.4	11.4	1分49秒
公明党	komei.or.jp	7.1	9.2	1分36秒
維新	o-ishin.jp	13.1	16.3	1分13秒
大阪維新	oneosaka.jp	1.1	0.5	0分54秒
共産党	jcp.or.jp	6.1	8.9	1分05秒
国民民主党	new-kokumin.jp	18.8	15.0	3分22秒
れいわ新選組	reiwa-shinsengumi.com	7.6	7.5	2分00秒

選挙特設サイトにおいて、サブドメインを使うことが効果的かどうかは疑問が残った。
サイト滞在時間の長さは、国民民主党が1位。

自由民主党 選挙特設サイト・通常サイトの差異

合計訪問数

過去28日間 (Oct 28時点) 日本

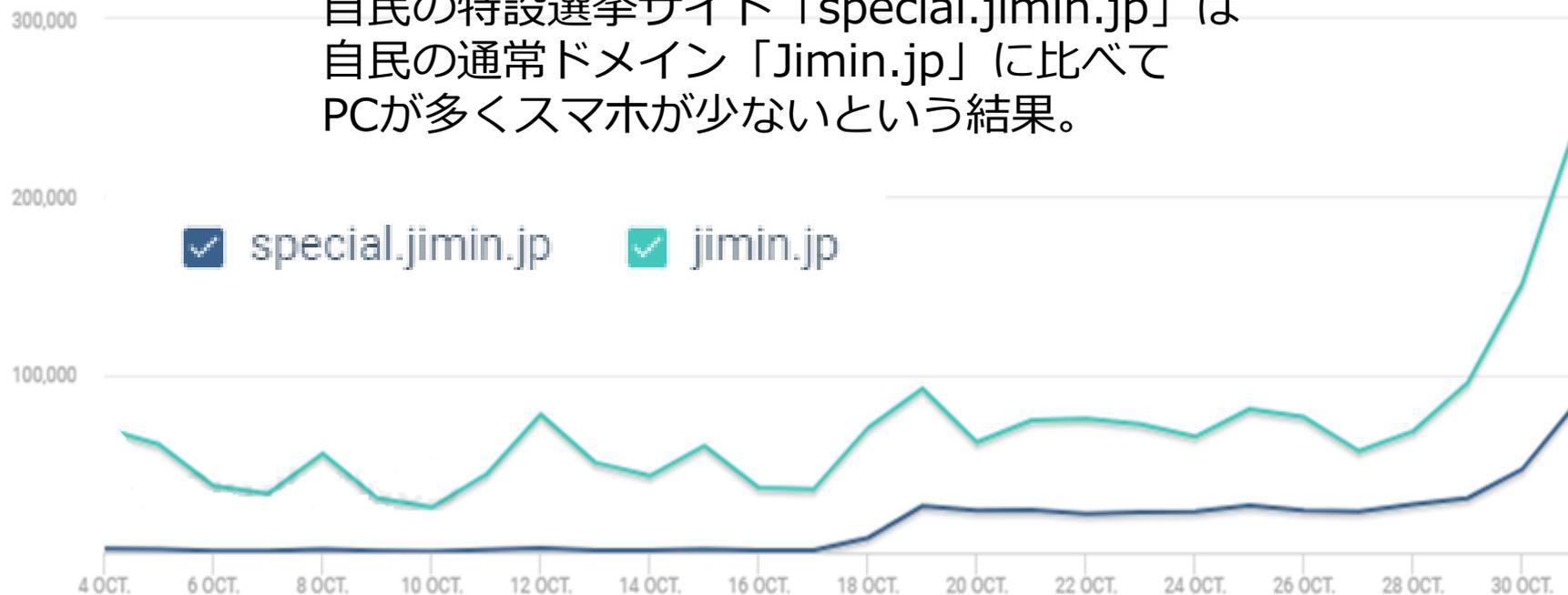


デバイス分布

過去28日間 (Oct 28時点) 日本



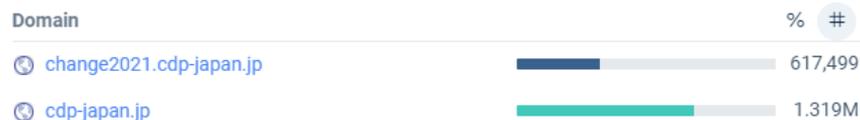
自民の特設選挙サイト「special.jimin.jp」は自民の通常ドメイン「Jimin.jp」に比べてPCが多くスマホが少ないという結果。



立憲民主党 選挙特設サイト・通常サイトの差異

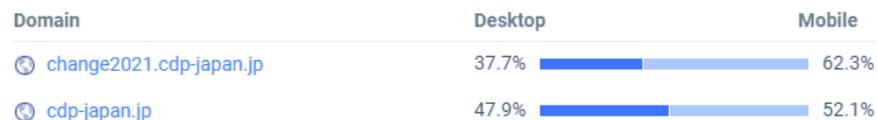
合計訪問数 ⓘ

📅 過去28日間 (Oct 31時点) 🇯🇵 日本



デバイス分布 ⓘ

📅 過去28日間 (Oct 31時点) 🇯🇵 日本



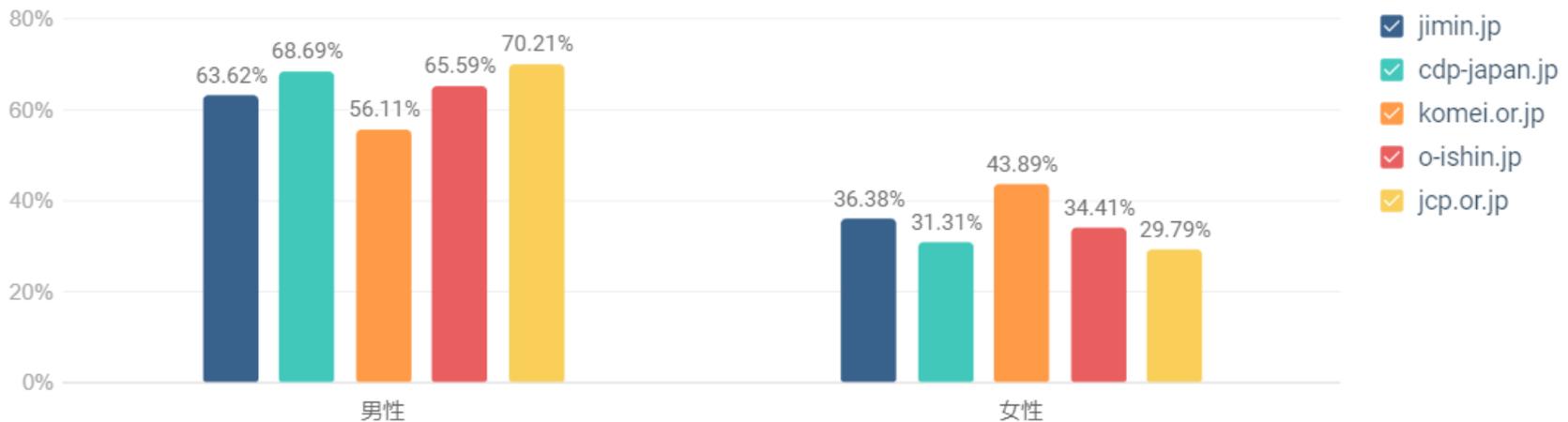
change2021.cdp-japa... cdp-japan.jp



主要 5 政党アクセス数の性別（最終28日間）

special.jimin.jp change2021.cdp-japa... komei.or.jp o-ishin.jp jcp.or.jp

性別の分布 ⓘ

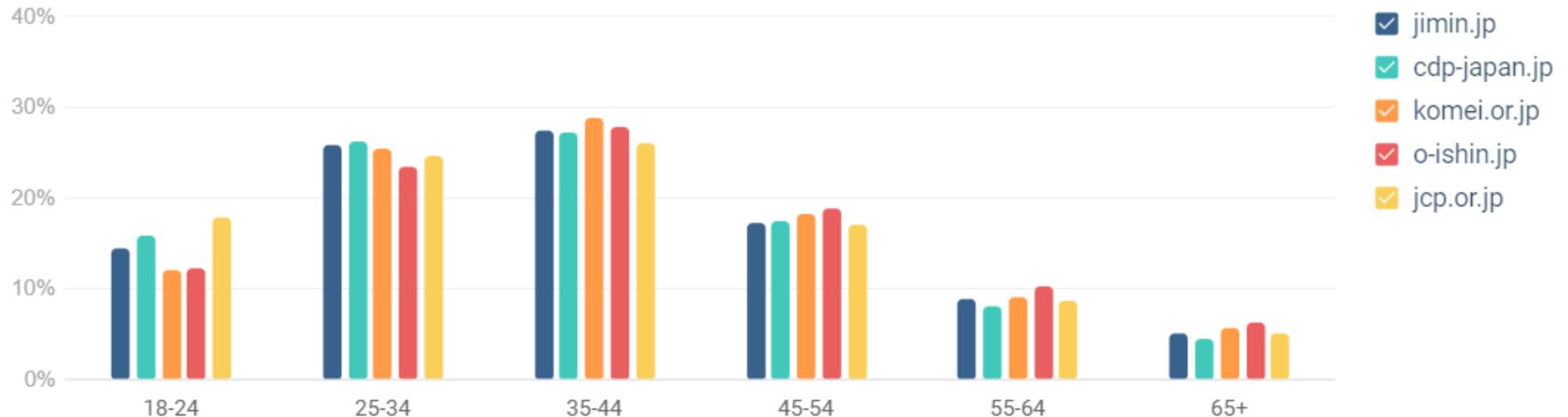


公明は、比較的、女性のアクセス数が多かった

主要 5 政党アクセス数の年代別（最終28日間）

special.jimin.jp change2021.cdp-japa... komei.or.jp o-ishin.jp jcp.or.jp

年齢の分布 ⓘ



年代別においては、特徴のある差はなかった

主要 5 政党アクセス数の流入元

special.jimin.jp
 change2021.cdp-japa...
 komei.or.jp
 o-ishin.jp
 jcp.or.jp

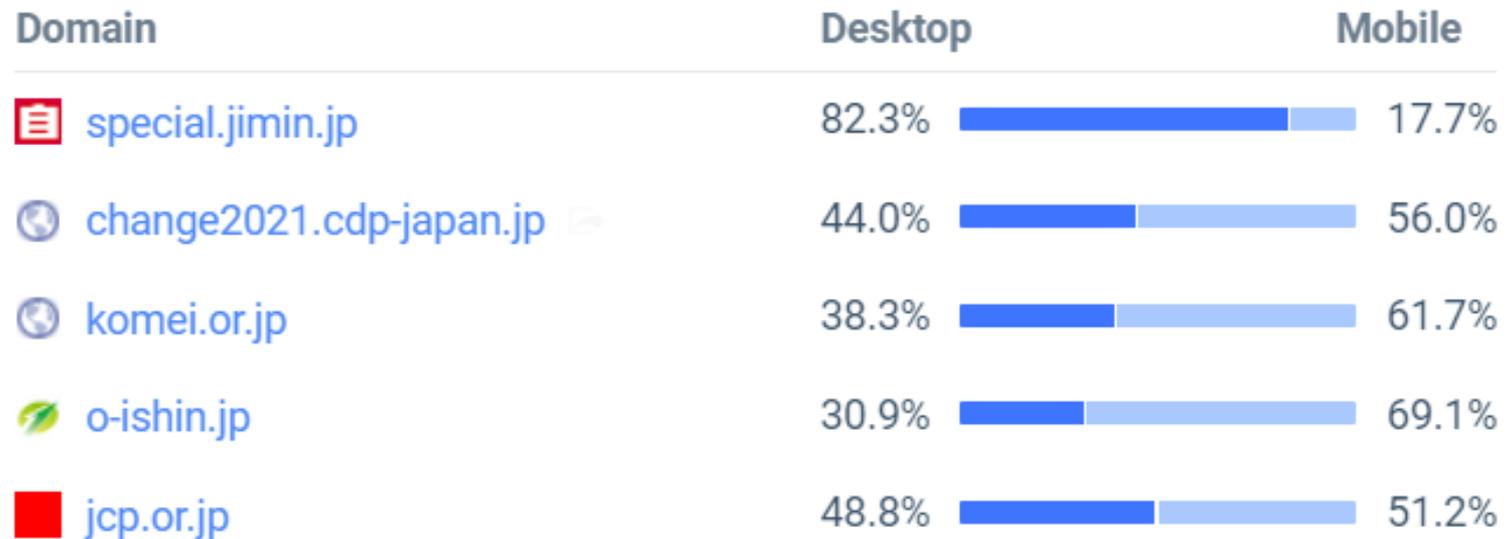
	トラフィックソース(150)	ソースのタイプ	グループトラフィックシェ	グループシェア内訳
1	Google Search	Search / Organic	35.16%	
2	Direct	Direct	27.32%	
3	Yahoo Search	Search / Organic	12.77%	
4	Twitter	Social	7.72%	
5	Hatena Bookmark	Social	6.14%	
6	Bing Search	Search / Organic	2.26%	
7	cdp-japan.jp	Referral	1.11%	
8	Syndicated Search	Search / Organic	0.89%	
9	yahoo.co.jp (5)	Referral	0.84%	
10	News Search	Search / Organic	0.66%	

Googleで共産党、Yahooで公明党が善戦した

主要 5 政党のアクセスデバイス (最終28日間)

デバイス分布 ⓘ

📅 過去28日間 (Oct 28時点) 🇯🇵 日本



自民党はサブドメインで、スマホよりもPCに偏った

政治関連のキーワードの「検索回数」の結果

順位	検索ワード	検索回数
1	河野太郎	266050
2	高市早苗	226170
3	岸田文雄	213190
4	安倍晋三	164400
5	選挙	152380
6	総裁選	151650
7	森下千里	137820
8	麻生太郎	130690
9	菅義偉	121770
10	衆議院選挙	96980
11	二階俊博	83280
12	立憲民主党	70860
13	蓮舫	68910
14	辻元清美	67780
15	国民民主党	63450

順位	検索ワード	検索回数
16	二階幹事長	60260
17	自民党総裁選	54800
18	小沢一郎	50500
19	青山繁晴	50090
20	菅直人	49290
21	衆院選	45480
22	石原伸晃	44340
23	自民党	44240
24	吉村洋文	43950
25	西村大臣	43360
26	河野洋平	43330
27	岸田	41410
28	菅首相	41360
29	甘利明	40690
30	山中竹春	40060

順位	検索ワード	検索回数
31	枝野幸男	37380
32	金子恵美	36690
33	小川淳也	36650
34	今井絵理子	34740
35	竹下亘	34460
36	牧島かれん	32540
37	平井卓也	30560
38	岸信夫	28520
39	公明党	28060
40	共産党	28050
41	二階	27260
42	石垣のりこ	26730
43	松井一郎	25410
44	高市	24860
45	日本維新の会	24480

検索キーワード「河野太郎」が1位。党名よりも個人名が多かった。(10月5日~10月末)

第6章

東武がDX界のユニクロになり、
誰もが手の届くDXを実現！



東武TTこそが「誰もが手の届くDX」 を実現できる理由

- ①全国の強い営業力
- ②S-DXの自社開発力
- ③東武デジタル経済圏のパートナー
- ④デジタルマーケティングに必要な知識とデータ