

240種の観光データを活用した 11の観光誘客システム

観光DXシステムの東武トップツアーズ。
全国観光スポットの毎日の訪問人数の増減、属性などの観光データ解析。
そのデータを活用した11の観光誘客のデジタル施策の中から、
複数のお好きな施策を選んで実現できます。



東武トップツアーズ



東武トップツアーズ株式会社〇〇支店
〒

TEL :
FAX :

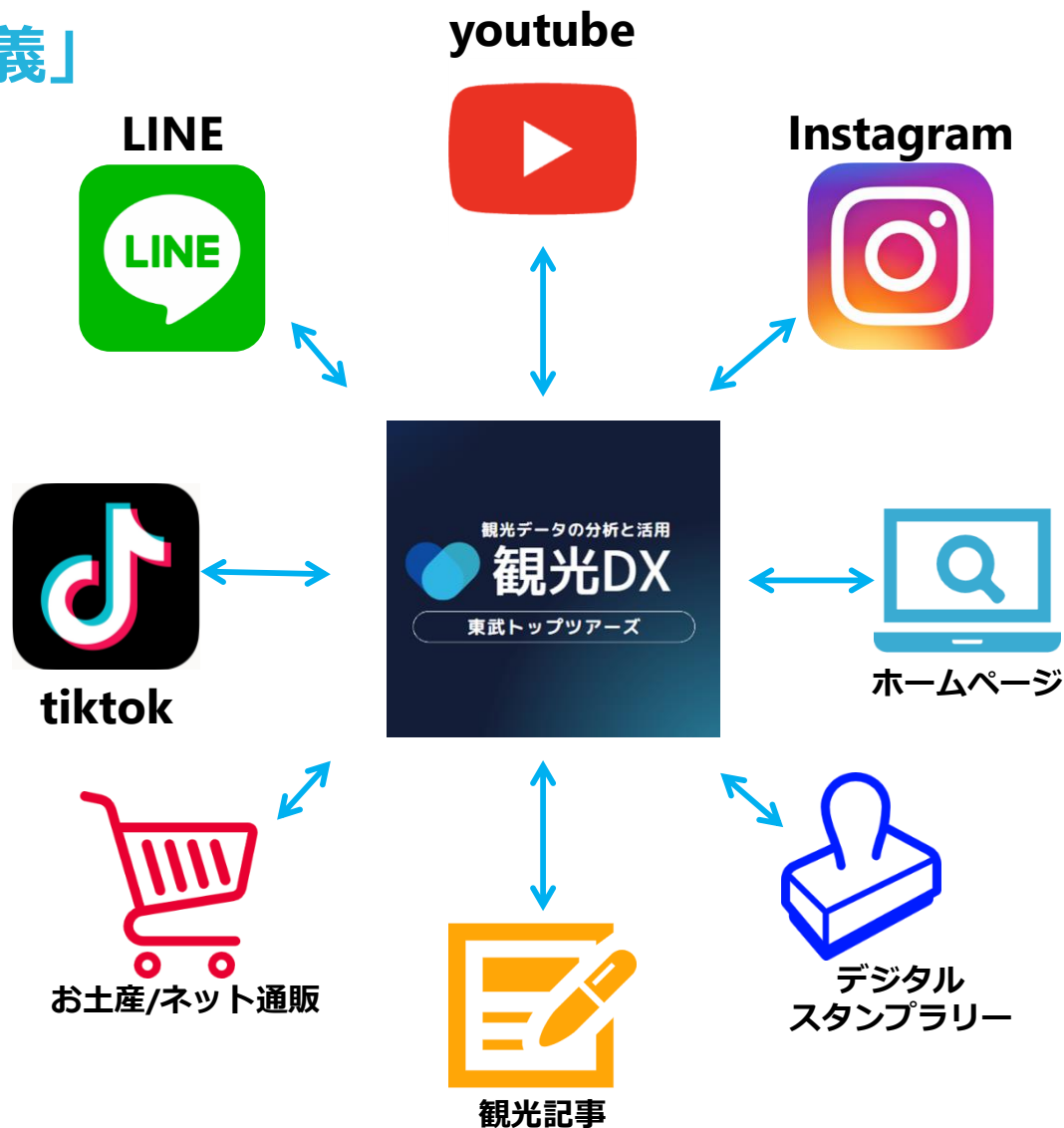
東武トップツアーズ株式会社 DX推進室
〒160-0023 東京都新宿区西新宿7-5-25
西新宿プライムスクエア16階

TEL : 03-5348-3509
FAX : 03-5348-2704

DX = 「データに基づく顧客主義」

240種類の観光データと11のデジタル誘客を連携して組み合わせることで、効果的な観光DXを実現します。

また、全国の各支店とともに
①各地の観光客CRMの構築
②地元のデジタル人材育成
を行い、持続的な観光DXを推進します。



旅マエ

観光データ解析
SNS解析・運用
デジタル開発

観光データ解析

- ① 毎日の訪問者人数
- ② 訪問者の属性（性別、年代別）
- ③ 訪問時間帯
- ④ 居住者、勤務者、来街者分析
- ⑤ 観光客の居住地

SNSデータ解析

- ① 観光関連の検索キーワードの量と増減
- ② 各観光サイトのアクセス数、アクセス属性の比較
- ③ 上記のサイトのhtmlコードの分析
- ④ SNS上の観光キーワードの増減

⇒効果の高いSNS運用を得意としています。

旅ナカ

集客に向けた
デジタルイベント

デジタルスタンプラリー（一例）

構築したオリジナルマップを活用し、必要な期間だけスタンプラリーを開催することができます。より楽しくする仕掛けと、滞在時間や回遊率向上の仕組み多数搭載しています。



旅アト

『地域産品』の
ネットショッピング
口コミの促進

ネットショッピング

もう一度「旅」に出たくなるような『地域産品』のネット販売を実施。「旅へ行って終わり」ではなく、顧客獲得に向け接点を持つ機会をつくります。またデータ連携型の決済システムの活用も行います。

口コミ促進

ハッシュタグを活用したフォトコンテスト等をSNSを活用し実施。旅行体験を効率的にシェアします。

口コミをうまく循環させることで誰かの『旅マエ』情報に繋がります。



1, 各地域ごとの観光データを解析して活用

旅行業界でトップクラスのデジタル技術と運用実績を持つ
東武トップツアーズは、
全国観光地における240種の観光データを活用して、
観光DXを支援します。

全国の観光スポットにおける訪問者人数等をスマホの位置データから解析が可能。
観光検索キーワード、SNS、CRMなどの観光データを活用しながら誘客。
それらの各施策に基づく成果も、数字にて報告します。



毎日の観光客数



性別の比率



年代別の比率



時間帯別の訪問者数



居住者・勤務者・訪問者



観光客の居住地

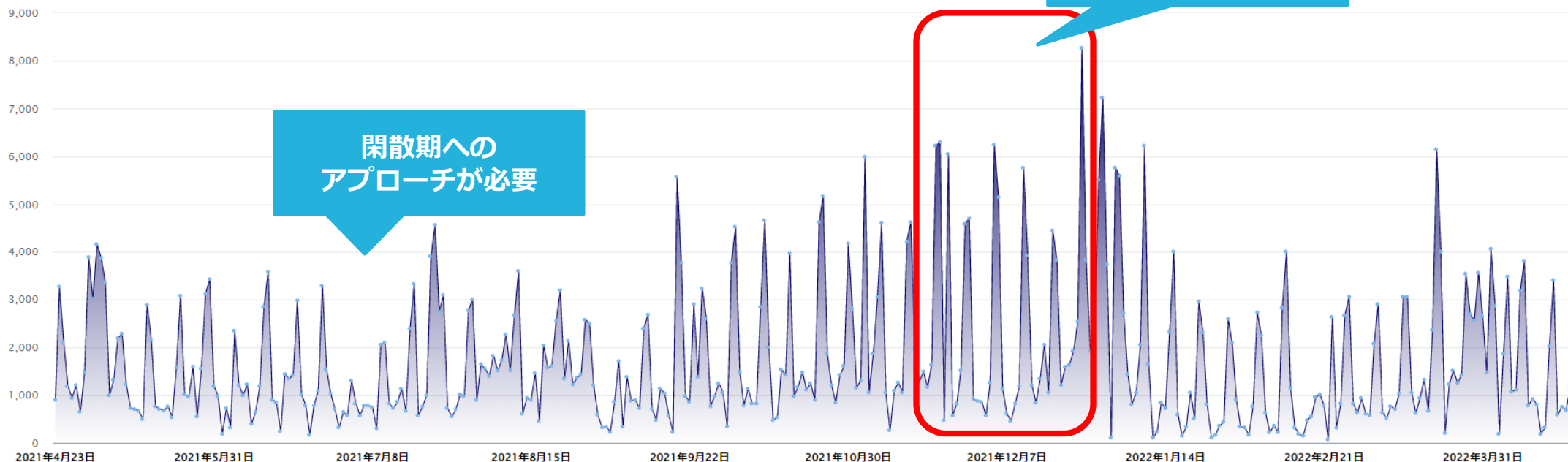
【旅マエ】 『東武動物公園』 訪問客の観光データ解析の実例①

全国の観光スポットの毎日の訪問者人数をスマホの位置データから解析。
各観光協会、観光地、ホテルをデータに基づき、各施策に基づく成果も数字で報告可能。

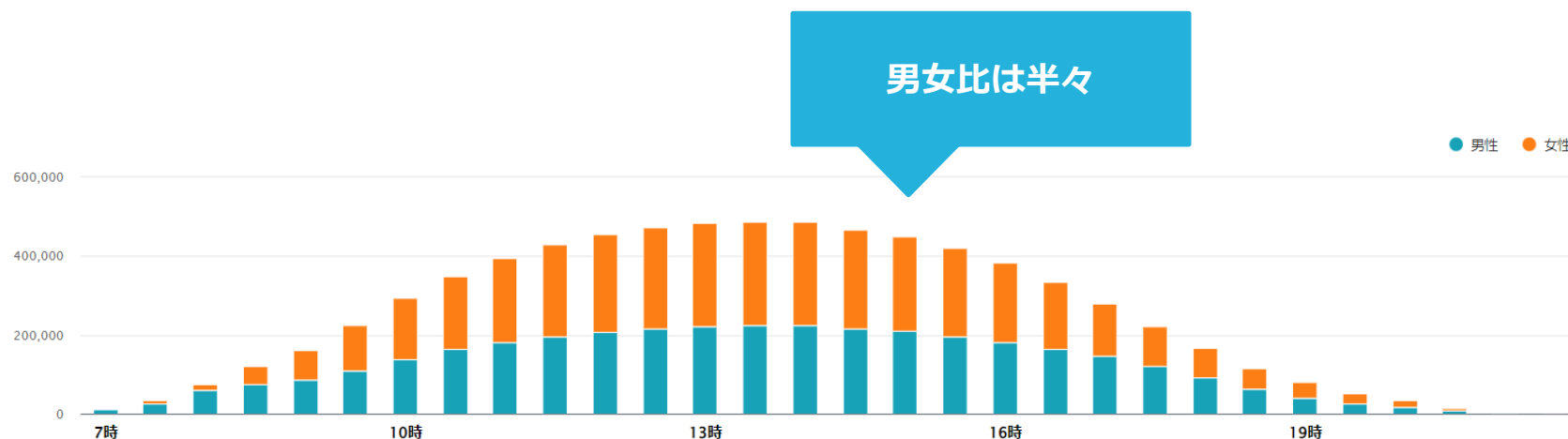
東武動物公園の 毎日の観光客数 の解析例

東武動物公園	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
期間全体	215,509	300,510	111,694	177,568	125,357	39,181	38,193	24,025
平日	73,362	118,131	41,524	60,922	42,846	16,388	16,534	13,275
祝休日	142,147	182,379	70,169	116,645	82,511	22,792	21,658	10,750

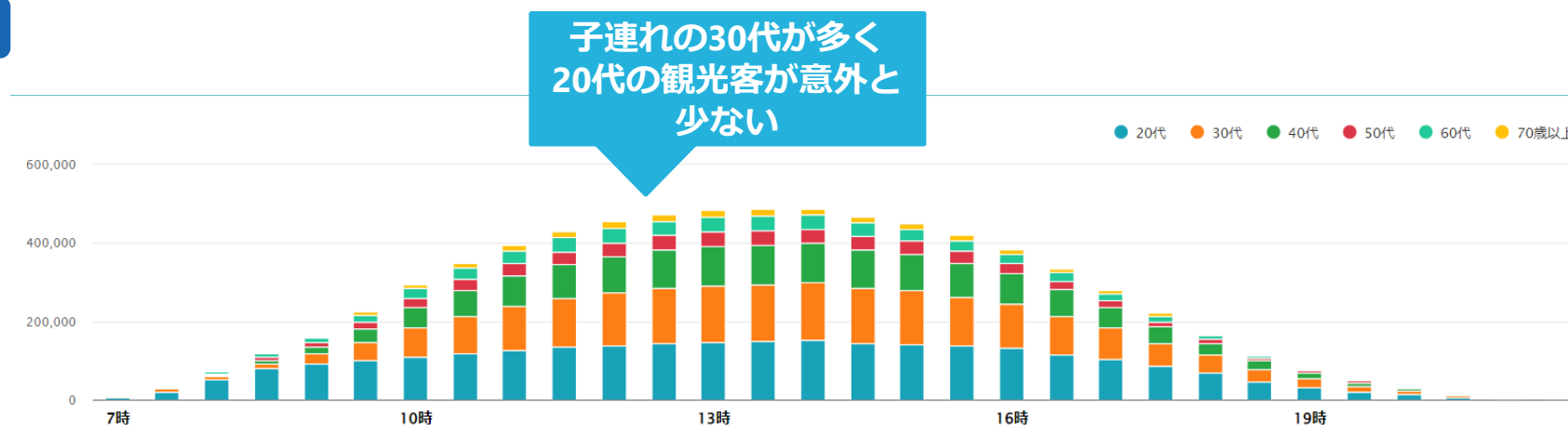
2021-04-23 ~ 2022-04-22 リセット



性別



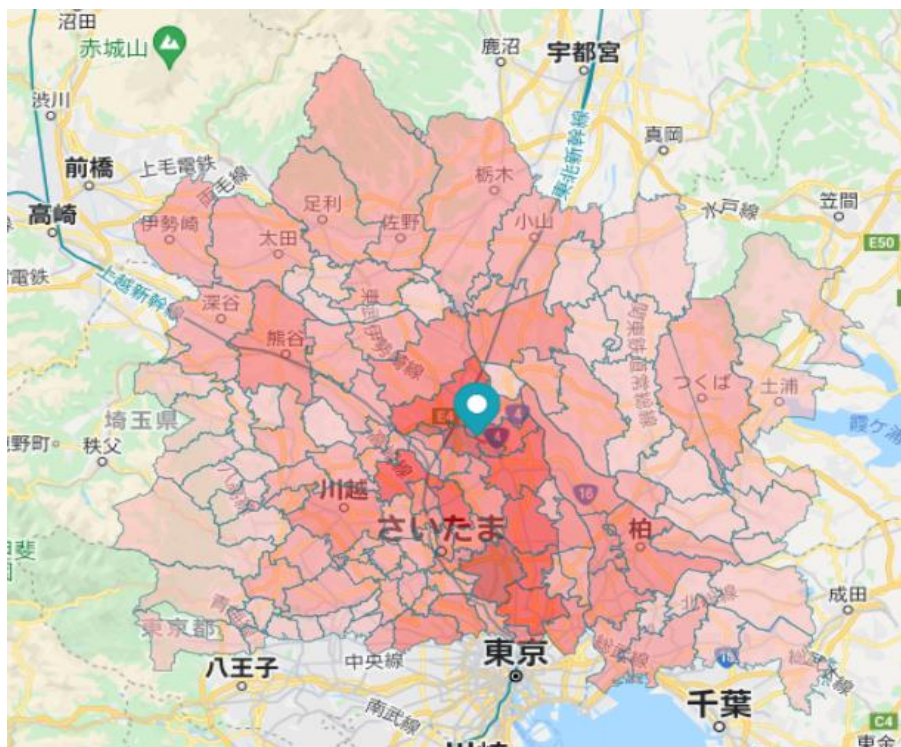
年代別



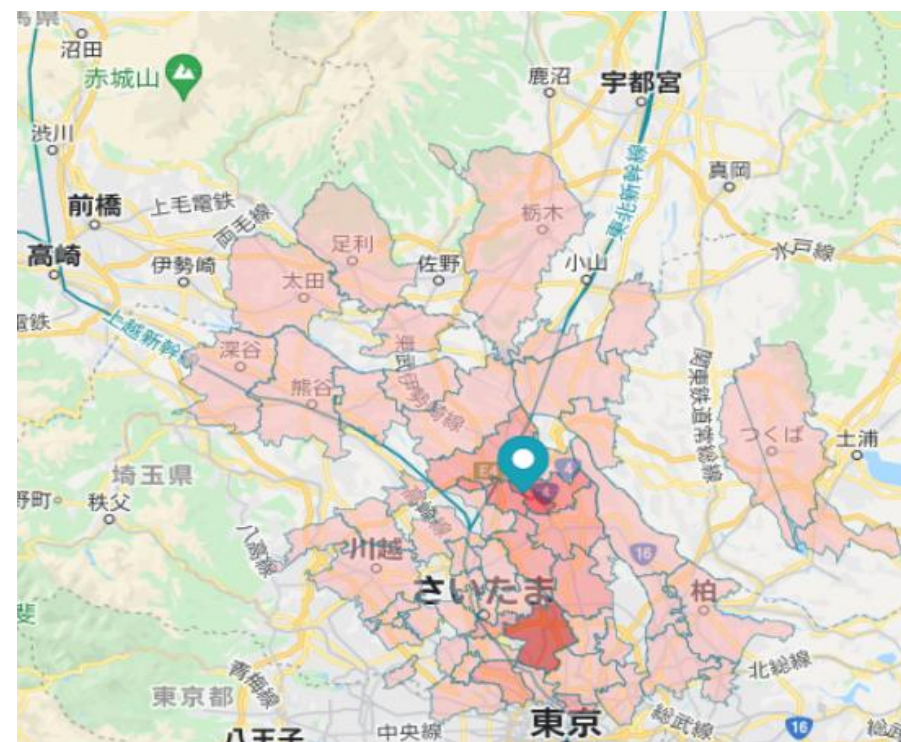
観光客の性別に大きな差はないが、学生が多い20代の観光客が少なく、SNS等により効果的なアプローチを施すことで観光客増加の余地があることがわかる。また各年代に差がないことをみると、すべての年代にチャンスがあると読み取れる。

【旅マエ】 『東武動物公園』 の観光客の居住地データ解析①

全国各地の観光スポットにて、観光客のスマホの位置情報データから居住地を解析。
デジタル誘客データとして活用し、ネット広告や配信を地域ごとに出し分けます。



1回のみ来た観光客の居住地解析



リピータ観光客の居住地解析

【旅マエ】 『東武動物公園』 の観光客の居住地データ解析②

東武動物公園がある
埼玉からの訪問が
圧倒的である。
また、足立区など
からも訪問

市区町村名	人数	獲得比率	距離
越谷市	28645	0.006	15.2
南埼玉郡宮代町	24561	0.038	0.8
春日部市	21550	0.008	6.9
川口市	19000	0.003	21.1
白岡市	17309	0.014	2.5
久喜市	13935	0.007	8
足立区	13638	0.002	28.3
北葛飾郡杉戸町	11813	0.016	4.4
草加市	10964	0.004	22.3
上尾市	8937	0.004	12.3
さいたま市見沼区	8813	0.005	11
川越市	8750	0.002	24.3
野田市	8442	0.005	12.7
柏市	8404	0.002	31.3
練馬区	8350	0.001	31.8

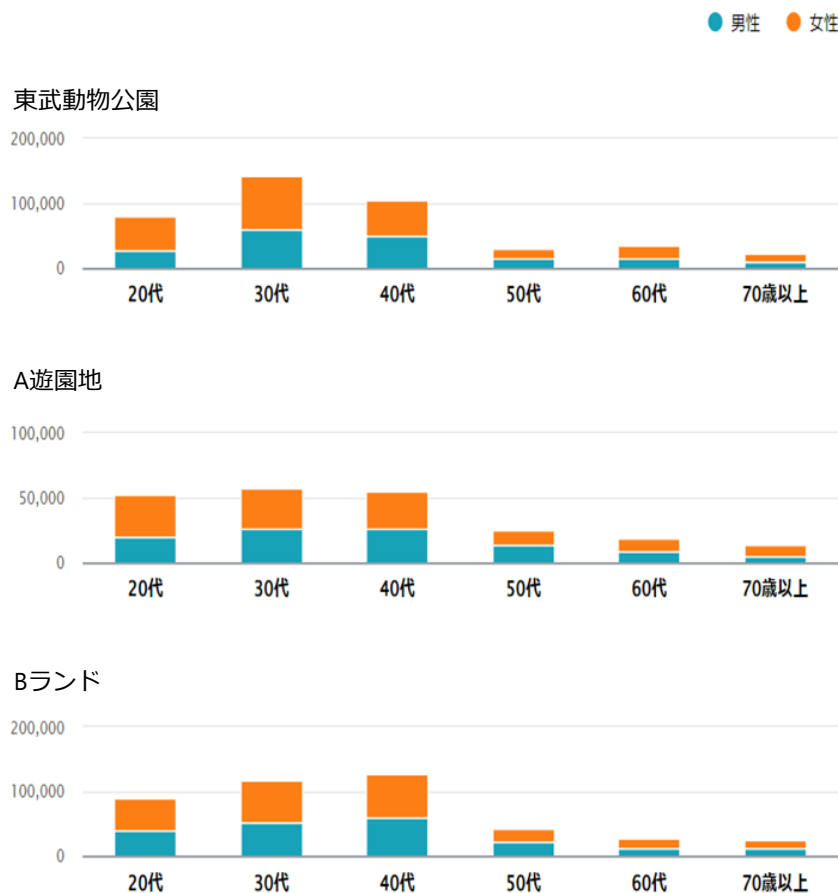
市町村ごとの訪問人数解析

町丁目名	回数	獲得比率	距離
白岡市千駄野	2747	0.033	2.9
越谷市大澤	2109	0.01	14.2
白岡市小久喜	2087	0.012	3.7
越谷市東大澤3丁目	2057	0.014	14.4
越谷市大字南荻島	1827	0.008	13.8
白岡市上野田	1776	0.008	2.3
さいたま市南区南浦和2丁目	1768	0.008	19.6
南埼玉郡宮代町本田2丁目	1513	0.071	1.3
久喜市樋ノ口	1354	0.078	5.1
南埼玉郡宮代町本田5丁目	1309	0.09	1.1
春日部市米島	1260	0.014	10.4
南埼玉郡宮代町大字須賀	1222	0.048	1.2
北葛飾郡杉戸町大字木野川	1163	0.021	8.7
久喜市久喜東2丁目	1057	0.034	5.2
南埼玉郡宮代町百間6丁目	1043	0.056	2.6

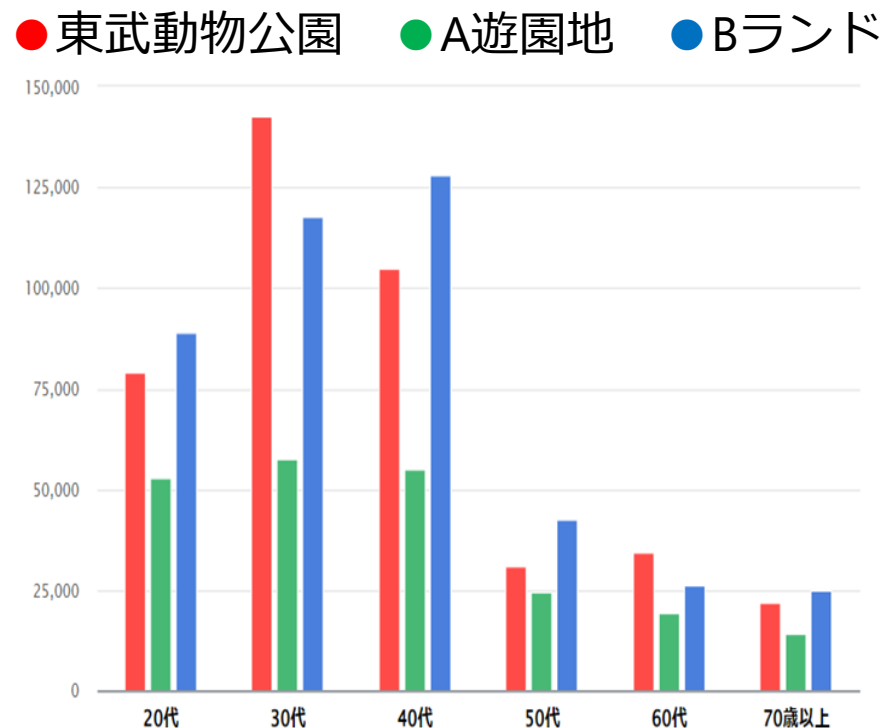
町名ごとの訪問人数解析

【旅マエ】 『東武動物公園』 同類観光地との比較解析①

全国の観光スポットで、同類の観光地との訪問等のデータを比較して、誘客に効果的にアプローチ。
 下記は、東武動物公園、A遊園地、Bランドの訪問客の属性を比較。



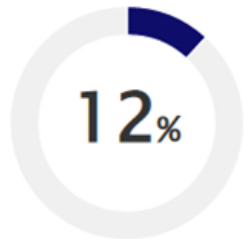
来訪者数



来訪者数の性別

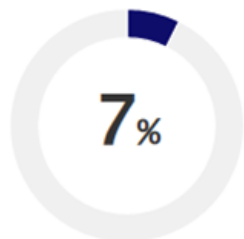
【旅マエ】『東武動物公園』同類観光地との比較解析②

東武動物公園

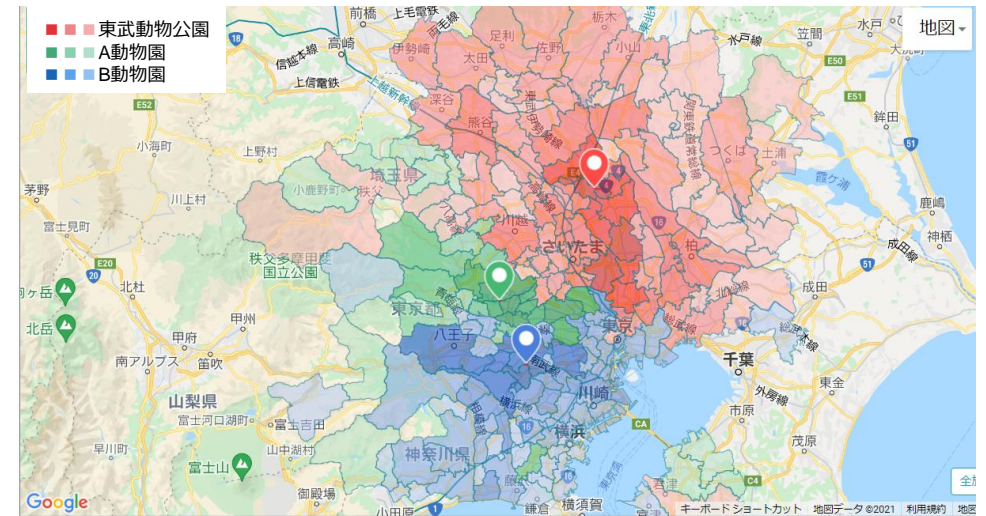
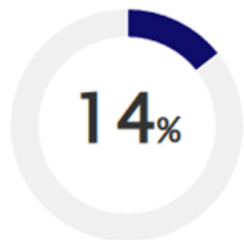


それぞれの観光地に
どこから来訪者がこられたかを
MAPで把握・解析

A遊園地



Bランド



● 東武動物公園 ● A遊園地 ● Bランド

リピーター率と訪問者の内訳

【旅マエ】 『東武動物公園』 検索キーワード解析とアクセス増

全国の観光スポットのホームページの流入検索キーワードと関連検索キーワードを解析。サイトやSNS発信で効果を上げるキーワードをデータに基づき分析し、**アクセス増対策**。

順位	検索ワード	検索回数	順位	検索ワード	検索回数	順位	検索ワード	検索回数
1	遊撃の巨人	595,430	31	ラブラドル	23,960	61	東武	13,330
2	マップ	397,860	32	コウモリ	23,340	62	ロバ	13,140
3	asmr	191,250	33	エミュー	22,750	63	ポニー	13,130
4	東武動物公園	101,350	34	アスレチック	22,620	64	オットセイ	12,910
5	虎	99,270	35	コツメカワウソ	22,480	65	象	12,590
6	弱虫ペダル	80,420	36	イルミネーション	21,910	66	ラマ	12,550
7	ボート	58,650	37	gw	21,290	67	動物	12,380
8	リベンジャーズ	58,100	38	マンドリル	20,070	68	ファンボルトペンギン	12,290
9	トラ	55,580	39	ハイエナ	19,850	69	しまうま	12,200
10	モルモット	51,340	40	ダチョウ	19,240	70	カバ	12,040
11	ペンギン	49,740	41	シマウマ	18,510	71	zoo	11,820
12	ライオン	48,990	42	アルパカ	18,450	72	エマ	11,570
13	キリン	48,710	43	イベント	18,440	73	サバナナ	11,410
14	ミーアキャット	48,430	44	チーター	18,280	74	てんとう虫	11,280
15	beasters	46,410	45	ボウリング	17,830	75	ジャングル	10,250
16	ストリートビュー	45,900	46	ホワイトタイガー	17,770	76	ガーデン	9,780
17	プール	44,010	47	羊	17,040	77	ラクダ	9,720
18	カピバラ	39,040	48	ガチョウ	16,870	78	風車	9,250
19	花火	33,460	49	遊園地	16,120	79	フラミンゴ	8,540
20	レッサーパンダ	33,260	50	ヤギ	15,870	80	スカイフィッシュ	8,510
21	養年	33,180	51	ワラビー	15,740	81	ヒョウ	8,300
22	動物園	32,060	52	イルミ	15,370	82	ゴマファザラシ	7,940
23	フクロウ	30,240	53	パイソン	15,280	83	陽曜音	7,800
24	アルマジロ	28,220	54	ひよこ	15,170	84	森森り駅	7,690
25	ビーバー	28,100	55	ヤマアラシ	15,120	85	テーマパーク	7,020
26	asmrとは	27,960	56	まっが	14,520	86	ゾウ	6,630
27	ニシキヘビ	27,900	57	オオコウモリ	14,300	87	peel	6,240
28	タイガー	26,160	58	ヘビクイワン	13,860	88	イルミネーション 2021	6,210
29	ヒクイドリ	25,420	59	ウサギ	13,750	89	29	6,200
30	カワセミ	24,350	60	ワオキツネザル	13,530	90	クジャク	6,140



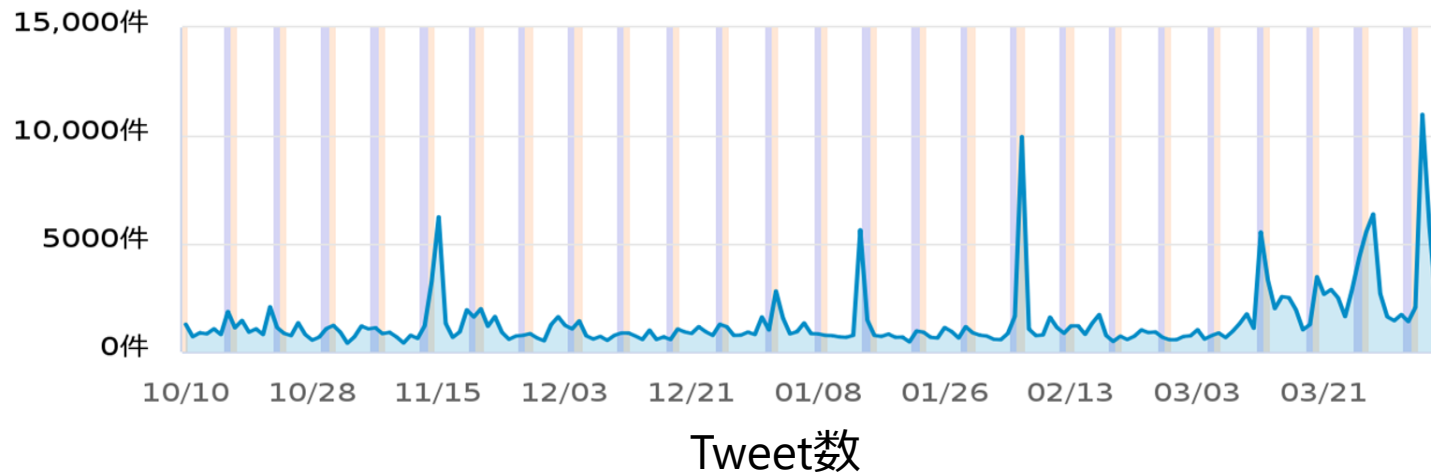
「東武動物公園」への観光検索キーワードと流入検索の解析

HP訪問客の半数以上が開いて1ページ目で閉じている。各サイトの滞在時間は約3分。

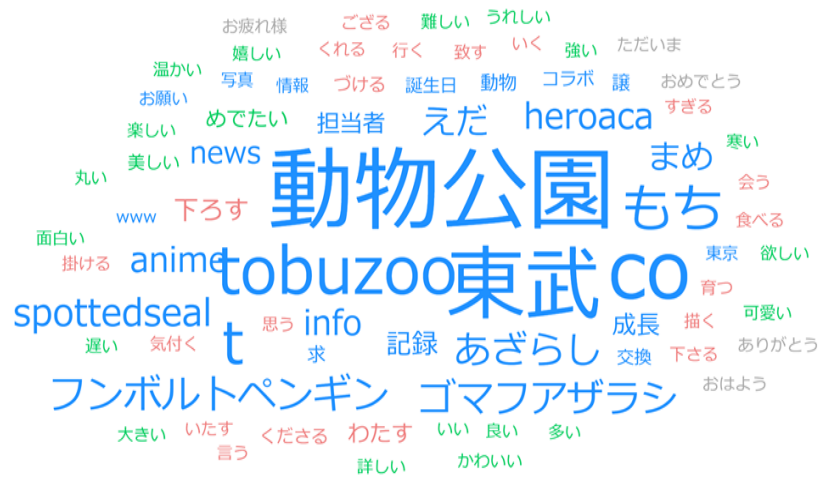
Metric	● 東武動物公園	● A遊園地園	● Bランド
📅 月間セッション数	204,374	305,915	344,043 📉
👤 月間ユニーク訪問者数	137,278	180,030	211,367 📉
👤 訪問数/ユニーク訪問者数	1.49	1.70 📉	1.63
👤 重複排除オーディエンス BETA	123,072	158,985	190,852 📉
🕒 滞在時間	00:03:10	00:02:44	00:03:42 📉
📄 平均ページビュー数	2.82	3.03 📉	2.17
🏠 直帰率	55.63%	54.02% 📉	63.79%

【旅マエ】 SNSでの評判解析と対策①

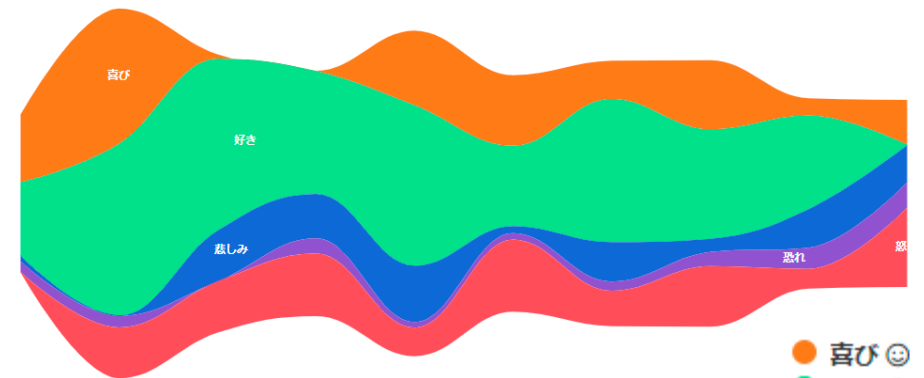
全国の観光スポットに関するTwitter、インスタ上で行われた全ての発信を解析。
 反応データ等に合わせて、戦略的にSNSの配信内容をコントロール。



月	Tweet数
2021年10月	23,180
2021年11月	36,490
2021年12月	28,740
2022年1月	33,670
2022年2月	34,570
2022年3月	68,640



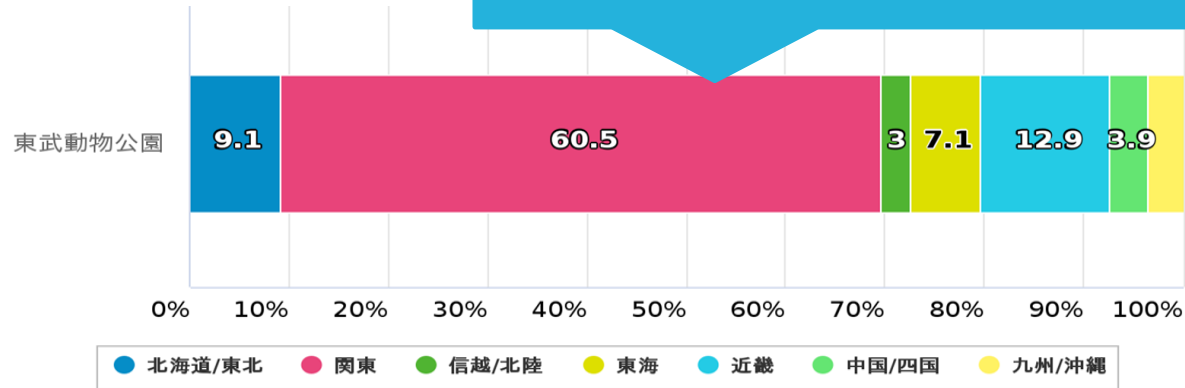
つばやきキーワード



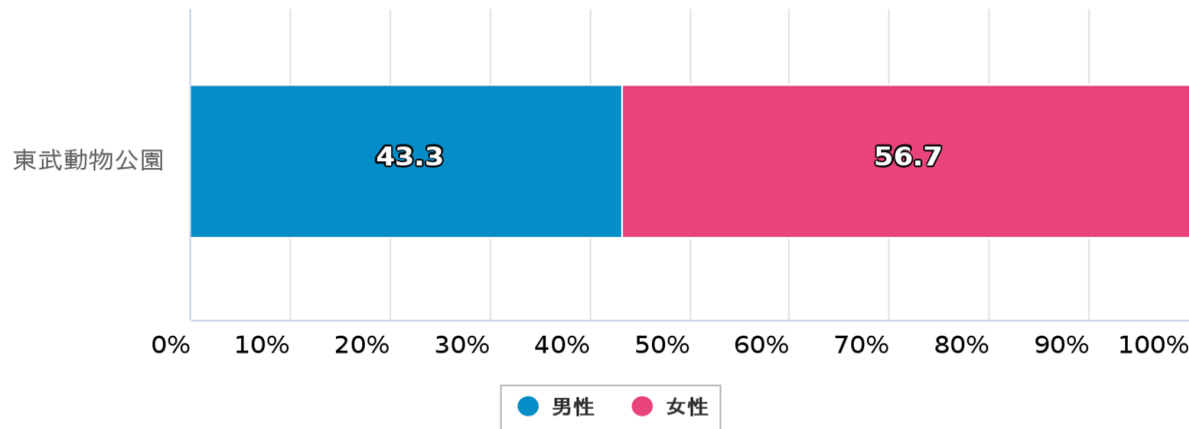
つばやき感情解析

- 喜び 😊
- 好き 😍
- 悲しみ 😞
- 恐れ 😨
- 怒り 😡

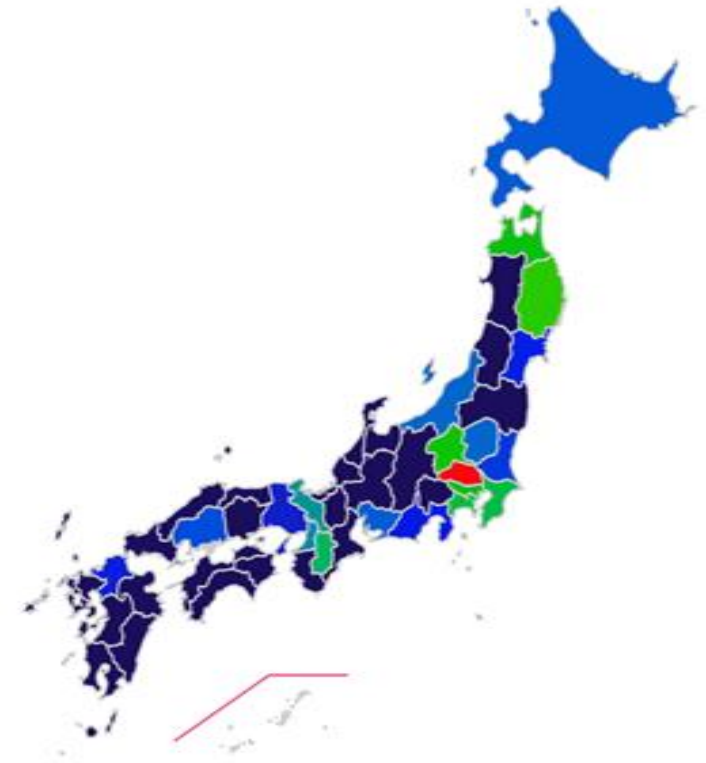
比較的近場の信越・東海からの発信が少なく
近畿が関東の次に多い



発信者の年代別



発信者の性別



発信者の居住地の解析も可能

東武トップツアーズが解析&活用している240種の観光データ

01 各観光地の観光客	全国観光スポットの毎日の訪問数増減	46 観光検索SEO	各観光サイトのドメインSEOスコア	91 SNSでの観光キーワード	発言ユーザーの都道府県
02 各観光地の観光客	観光客のスマホの広告IDをハッシュ化したもの	47 観光検索SEO	各観光サイトのページSEOスコア	92 SNSでの観光キーワード	テキストマイニング
03 各観光地の観光客	観光客のスマホの国、地域	48 観光検索SEO	各観光サイトの全被リンクの解析	93 SNSでの観光キーワード	SNSアカウント分析
04 各観光地の観光客	観光客のスマホの前後の移動範囲	49 観光検索SEO	各観光サイトの消失被リンク	94 MAP	観光マップ×目的地分析
05 各観光地の観光客	時間帯・性別来訪者属性分析	50 各観光サイト	WEBアクセス数	95 MAP	観光マップ×From-to分析(宿泊者)
06 各観光地の観光客	時間帯・年代別来訪者属性分析	51 各観光サイト	WEBデバイス分布	96 MAP	観光マップ×宿泊施設
07 各観光地の観光客	居住者/勤務者/来街者・時間帯別来訪者属性分析	52 各観光サイト	期間セッション数	97 MAP	観光マップ×外国人訪問分析
08 各観光地の観光客	平日のみの来訪者属性分析	53 各観光サイト	期間ユニーク訪問者数	98 MAP	観光マップ×外国人滞在分析
09 各観光地の観光客	休日・祝日のみの来訪者属性分析	54 各観光サイト	WEB滞在時間	99 MAP	観光マップ×外国人メッシュ
10 各観光地の観光客	市区町村別来訪者居住地分析	55 各観光サイト	WEB直帰率	100 MAP	観光マップ×外国人入国空港分析
11 各観光地の観光客	町・丁番地別来訪居住地分析	56 各観光サイト	1訪問当たりの平均ページビュー数	101 MAP	観光マップ×外国人出国空港分析
12 各観光地の観光客	来訪者のリピーター率	57 各観光サイト	月別訪問者数	102 MAP	観光マップ×外国人移動関連分析
13 各観光地の観光客	F2転換率	58 各観光サイト	週別訪問者数	103 観光youtube	Overall score:Medium
14 各観光地の観光客	F3転換率	59 各観光サイト	日別訪問者数	104 観光youtube	Volume
15 各観光地の観光客	曜日別来訪者推移	60 各観光サイト	流入チャネル経路	105 観光youtube	Competition
16 各観光地の観光客	最寄り駅の交通の推移	61 各観光サイト	アクセス流入元	106 観光youtube	Highest Views
17 各観光地の観光客	滞在人口分析	62 各観光サイト	direct流入数	107 観光youtube	Avg Views
18 各観光地の観光客	自動車・平日のみの主要動線分析	63 各観光サイト	E-mail流入数	108 観光youtube	Avg Subscribers
19 各観光地の観光客	自動車・休日のみの主要動線分析	64 各観光サイト	Refferals流入数	109 観光youtube	Added last7days
20 各観光地の観光客	徒歩・平日のみの主要動線分析	65 各観光サイト	オーガニック検索からの流入	110 観光youtube	CC
21 各観光地の観光客	徒歩・休日のみの主要動線分析	66 各観光サイト	ソーシャルトラフィック	111 観光youtube	Avg Age
22 各観光地の観光客	通行者全体の通行人口分析	67 各観光サイト	訪問者の性別の分布	112 観光youtube	Times in Title
23 各観光地の観光客	自転車の通行人口分析	68 各観光サイト	訪問者の年代の分布	113 観光youtube	Times in Desc
24 各観光地の観光客	徒歩の通行人口分析	69 各観光サイト	選択期間内の合計ページビュー数	114 観光youtube	Top Creator
25 各観光地の観光客	性別通行人口分析	70 各観光サイト	検索エンジン別トラフィック	115 地域消費データ	「イベント」チケットぴあ都道府県別の売上推移
26 各観光地の観光客	年代別通行人口分析	71 各観光サイト	サイトから見た検索ワード数	116 地域消費データ	「求人サイト」合計における宿泊業の都道府県別の推移
27 各観光地の観光客	居住者/勤務者/来街者・別通行人口分析	72 各観光サイト	他サイトとの比較分析と重複	117 顧客CRM	LINE IDの名前
28 各観光地の観光客	15分以上滞在・性別滞在人口分析	73 SNSでの観光キーワード	インプレッション数	118 顧客CRM	性別
29 各観光地の観光客	30分以上滞在・性別滞在人口分析	74 SNSでの観光キーワード	エンゲージメント数	119 顧客CRM	年代別
30 各観光地の観光客	60分以上滞在・性別滞在人口分析	75 SNSでの観光キーワード	クリック数	120 顧客CRM	LINE流入元
31 各観光地の観光客	15分以上滞在・年代別滞在人口分析	76 SNSでの観光キーワード	リツイート数	121 顧客CRM	各クリック数
32 各観光地の観光客	30分以上滞在・年代別滞在人口分析	77 SNSでの観光キーワード	新フォロワー数	122 顧客CRM	居住地域
33 各観光地の観光客	60分以上滞在・年代別滞在人口分析	78 SNSでの観光キーワード	プロフィールアクセス数	123 顧客CRM	好みの旅行
34 各観光地の観光客	15分以上滞在・居住者/勤務者/来街者滞在人口分析	79 SNSでの観光キーワード	リンククリック数	地域消費データ	サービス業 1 1ジャンル別の売上推移
35 各観光地の観光客	30分以上滞在・居住者/勤務者/来街者滞在人口分析	80 SNSでの観光キーワード	日別キーワードのトレンド	地域消費データ	小売業 1 1ジャンル別の売上推移
36 各観光地の観光客	60分以上滞在・居住者/勤務者/来街者滞在人口分析	81 SNSでの観光キーワード	月別キーワードのトレンド	地域消費データ	飲食業 1 0ジャンル別の売上推移
37 各観光地の観光客	訪問者のスマホの広告ID	82 SNSでの観光キーワード	曜日別キーワードのトレンド	地域消費データ	宿泊業 7 分類別の売上推移
38 各観光地の観光客	訪問者が学生か否か	83 SNSでの観光キーワード	時間帯別キーワードのトレンド	観光ネット広告	IMP、CTR、CVRなど 2 0種
39 観光検索キーワード	各観光キーワードの検索数	84 SNSでの観光キーワード	合計のツイート数	観光LINE広告	IMP、CTR、CPCなど 3 2種
40 観光検索キーワード	各観光キーワードのトラフィック	85 SNSでの観光キーワード	日別ツイート数	観光FB広告	CPA、CPC、CPMなど 8種
41 観光検索キーワード	各観光キーワードのトラフィックシェア	86 SNSでの観光キーワード	月別ツイート数	観光Instagram広告	CPA、CPC、CPMなど 8種
42 観光検索キーワード	各観光キーワードの有料広告の有無とボリューム	87 SNSでの観光キーワード	曜日別ツイート数	観光Twitter	IMP、エンゲージなど 9種類
43 観光検索キーワード	各観光キーワードの推定広告CPC	88 SNSでの観光キーワード	時間帯別ツイート数		
44 観光検索キーワード	各観光キーワードのオーガニック解析	89 SNSでの観光キーワード	発言ユーザーの性別		
45 観光検索キーワード	各観光キーワードの流入メインURL	90 SNSでの観光キーワード	発言ユーザーの地域		

2, データ活用による11のデジタル集客

これらの施策の中から自由に組み合わせて、ご利用いただけます

- ・ 観光用CRM付のLINE公式アカウントの作成と運用
- ・ 観光Youtube
- ・ 観光TikTok
- ・ 観光Instagram
- ・ 観光Twitter
- ・ 観光ホームページのアクセス増加対策について
- ・ 観光デジタルスタンプラリー
- ・ 観光スポット記事の作成
- ・ AI自動旅程作成システム
- ・ 観光用のお土産のネット通販の支援
- ・ 過去にその観光地に訪問した方のスマホだけにネット広告

観光データを活用し、観光用CRM付のLINE等で観光DXを実現①

再来訪、リピーター化、ロイヤルカスタマー化を実現する 観光CRMシステム付LINE公式アカウント



LINEの特徴

- SNSはネットユーザーのうち約80%が利用
→ **今はウェブサイトよりSNSの時代**
- LINEのユーザー数は主要SNSの中でNo.1
→ **もはやインフラ化したツール**
- 開封率60%以上（メールは10%未満）
→ **確実にメッセージを届けられる**

0	LINE	佐々木 隆	停止中	30代	2021-09-02 09:02:34	ご来店ありがとうございます！ 予約： LINE 検索 お問い合わせ： LINE 検索
0	LINE	山田 隆	停止中	20代	2021-04-09 13:33:04	ご来店ありがとうございます！ 予約： LINE 検索 お問い合わせ： LINE 検索
0	LINE	山田 隆	停止中	20代	2021-04-08 20:39:02	ご来店ありがとうございます！ 予約： LINE 検索 お問い合わせ： LINE 検索
0	LINE	山田 隆	停止中	20代	2021-04-08 20:42:23	ご来店ありがとうございます！ 予約： LINE 検索 お問い合わせ： LINE 検索
0	LINE	山田 隆	停止中	30代	2021-04-08 20:37:02	ご来店ありがとうございます！ 予約： LINE 検索 お問い合わせ： LINE 検索
0	LINE	山田 隆	停止中	20代	2021-04-08 20:30:02	ご来店ありがとうございます！ 予約： LINE 検索 お問い合わせ： LINE 検索
0	LINE	山田 隆	停止中	20代	2021-04-08 20:27:04	ご来店ありがとうございます！ 予約： LINE 検索 お問い合わせ： LINE 検索
0	LINE	山田 隆	停止中	20代	2021-04-04 10:53:21	ご来店ありがとうございます！ 予約： LINE 検索 お問い合わせ： LINE 検索

LINEと連結した観光CRM

東武トップツアーズには元LINE株式会社の行政担当ITエンジニアチームが在籍。

**LINEを熟知した専門人材がいる当社だからこそ、
効果的なLINEの運用をバックアップできます！**



当社のLINE運用実績例・・・

全国87自治体のLINE公式アカウント／コロナワクチン予約／Go to Eat／商店街活性化 ほか

観光データを活用し、観光用CRM付のLINE等で観光DXを実現②



当社で導入できるツールを使えば、

居住地／年代／性別／嗜好

など、LINE上で登録者の属性を取得できるCRM

→ **属性に合わせた情報発信が可能**

さらに

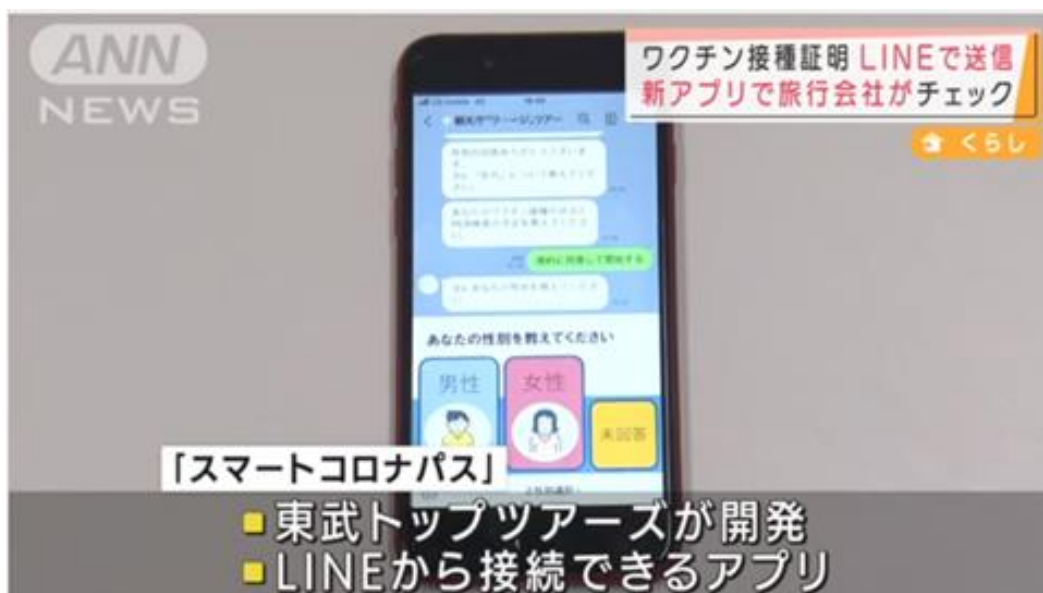


誰が、どのボタンを何回押したか
を分析することで、
より嗜好にあった配信へ

東武が実装可能な機能の例：
ワクチン検査パッケージ／チャットボット
スタンプラリー／電子クーポン

観光データを活用し、観光用CRM付のLINE等で観光DXを実現③

東武トップツアーズは、全国 87 自治体のLINEの運用実績があり、ワクチン予約、GoToEat、商店街活性化など、SNSを活用した高度なシステムの開発と運用を得意としています。



昨年、LINE株式会社より行政担当責任者のITエンジニアがチームで東武トップツアーズに転職。DXの強化を行っています。



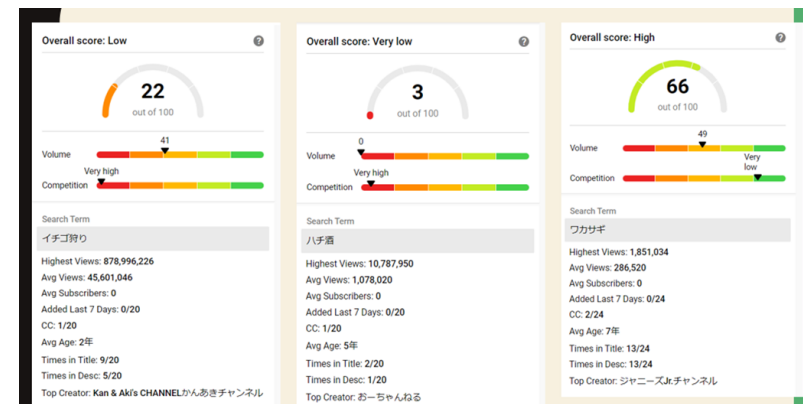
YouTubeの特徴

- 登録ユーザー数6,500万人以上 → **動画メディアで最も力のある媒体**
- 様々な年代の方が視聴 → **幅広い層に訴求可能**

東武の観光youtubeのスコア解析技術で、

- ✓ 再生数が多くなるタイトルをあらかじめ選定して撮影&編集
- ✓ 検索でのヒットが多くなるワードを探してタグ付け

観光youtubeアクセススコア事前解析技術



東武は有力観光系YouTuberとの提携しています
通常のPR動画よりも再生回数の伸びが期待できます。



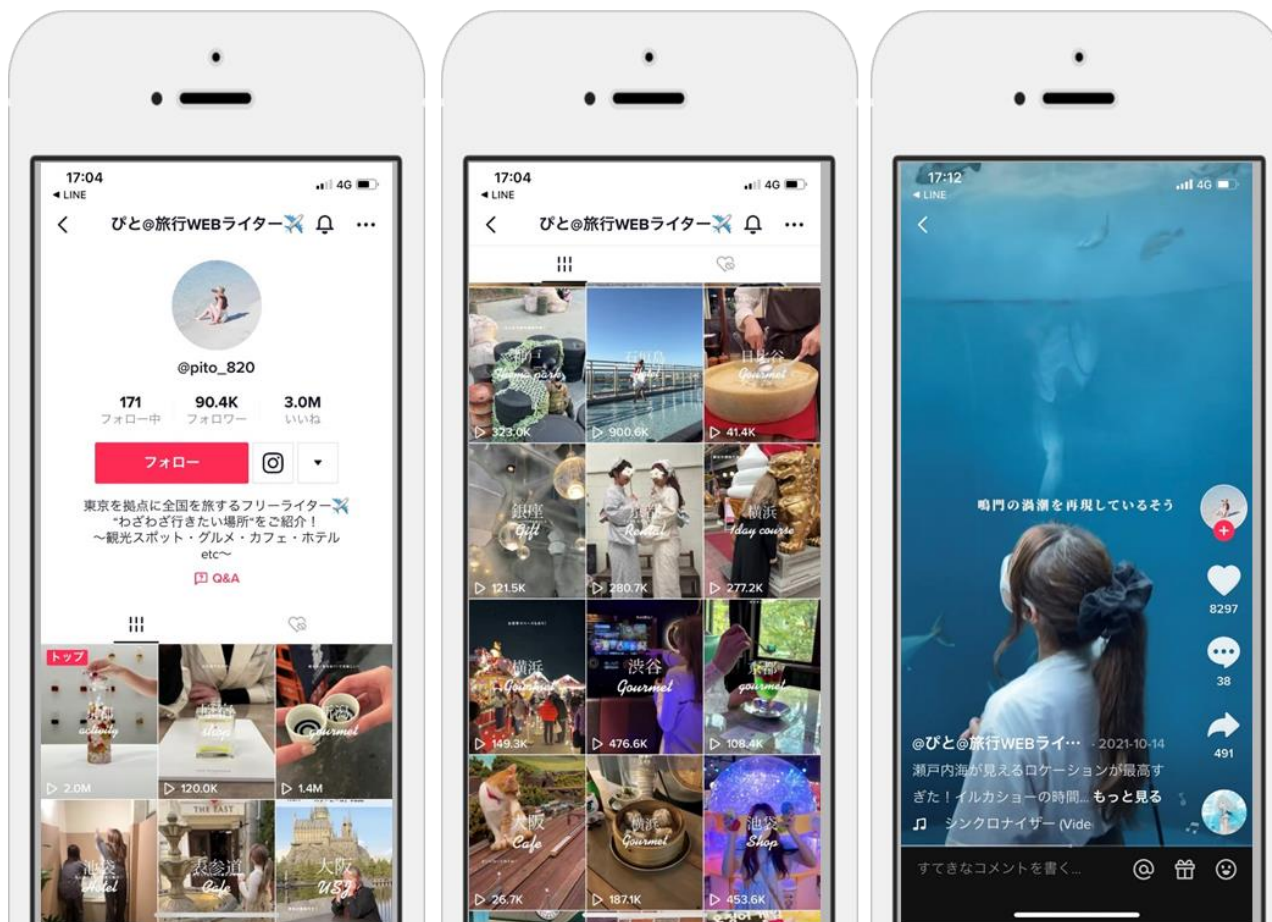
当社が提携するYouTuber配信実績例：

【青ヶ島編】 **100万回再生**
<https://youtu.be/8jV51RZ1Nqk>

【知床・羅臼編】 **27万回再生**
<https://youtu.be/rjSFimBxJ20>



東武トップツアーズが提携する観光インフルエンサー



TikTokで

9万以上のフォロワー
&
300万いいね

の実績！

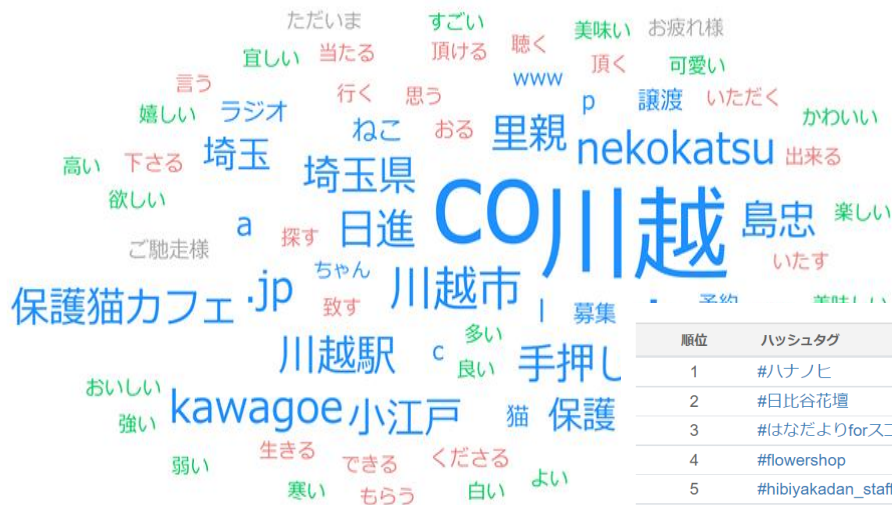
さらにInstagramの
リールでも投稿

↓
若年層へ強かに訴求！



TikTok、Instagramの特徴

- ユーザーの大半が若年層 → **若者の検索手段になっている**
- TikTokの動画をInstagramに投稿可能 → **一粒で二度おいしい**



順位	ハッシュタグ	出現回数
1	#ハナノヒ	20回
2	#日比谷花壇	19回
3	#はなだよりforスゴ得	16回
4	#flowershop	10回
5	#hibiyakadan_staff	9回
6	#日比谷花壇ホテルメトロポリタン長野店	9回
7	#hibiyakadan	9回
8	#長野花屋	9回
9	#ホテルメトロポリタン長野	8回
10	#hibiyakadanstyle	8回
11	#お花のサブスク	8回
12	#お花のある暮らし	7回
13	#バラ	6回

東武の観光分析で最新のトレンドワードを把握



バズる内容を予測してコンテンツを決定！

**SNS同士の連携
でさらに拡散！**

【旅マエ】 データ活用 影響力のあるウェブメディアを利用！

観光ウェブメディア上で記事を発信してもらうことで、自力ではなかなかリーチが難しい層に向けても訴求することが可能です。

aumo

TABIPPO

aumo

国内最大級のおでかけ情報サービス

月間ユーザー数 1500万	アプリDL数 500万	月間流通額 12億円
掲載記事数 50万	総口コミ数 50万	掲載メディア数 500

appカテゴリランキング両OS首位
※2019年1月時点

「Google Play ベスト オブ 2018」ベストアプリ 2018 生活お役立ち部門 優秀賞

WEBメディア「TABIPPO.NET」

月間200万人が利用する旅行系WEBメディアです。
海外旅行や国内旅行といった「旅」を軸として熱のある記事を配信しています。

提供：エアアジア様

提供：Airbnb様

月間PV数 500万PV	月間UU数 200万UU	月間記事配信数 80本以上
------------------------	------------------------	-------------------------

ユーザー年齢層

女性 62% 男性 38%

圧倒的利用者数を誇るウェブメディア。旅行のみならず、グルメや美容など幅広いジャンルを扱う。ユーザーの層が広いため閲覧数も多く獲得できる。

旅行に特化したウェブメディア。メンバーの過半数が世界一周を経験している本物の旅行好きで、旅行業界のトレンドに精通。

マーケティングに基づいたニーズのある記事を執筆してもらえる。
さらにSNSへの広告配信も可能！

検索ワード分析

外部リンク分析

競合サイト分析

順位	検索ワード	検索回数
1	ガッタンゴー	5,330
2	吉野山キャンプ場	2,420
3	不動尊公園キャンプ場	2,230
4	釜石オープンミュージアム	1,940
5	go to トラベル「利用したい」	1,390
6	星野村 宿泊	1,370
7	kurkku fields	1,330
8	菌舞	1,150
9	オーガニックポータル	1,150
10	ファームステイ	1,130
11	朝日小屋	1,030
12	タラ汁	990
13	五箇山合掌の里	950
14	田舎暮らし体験 古民家	940
15	わがまま農園カフェ	930



どこにリンクが貼られているか

1.30%	nohaku.net/guideline-covid19	コロナ 農泊
1.24%	nohaku.net/area/osaka	農業手伝い 宿泊 関西
1.19%	nohaku.net/event/%E9%81%93%E3%81%AE%E5%8D%A1	丘 駅
1.18%	nohaku.net/area/kagoshima	鹿児島県農業体験実習
1.17%	nohaku.net/area/yamaguchi	農泊山口県
1.07%	nohaku.net/area/yamanashi	山梨 農家民宿
1.00%	nohaku.net/area/hiroshima	農泊 広島
1.00%	nohaku.net/area/shimane	島根 農泊
0.82%	nohaku.net/council/%E6%A0%A9%E5%B0%B1%E5%B0%B2	株式会社里の館
0.81%	nohaku.net/area/ibaraki	茨城県 農泊事業
0.80%	nohaku.net/area/niigata	農泊 新潟
0.76%	nohaku.net/council/%E9%9B%84%E5%8B%A9%E5%8D%A1	雄勝町清泊推進協議会
0.70%	nohaku.net/event/event-5276	かくと徳島屋旅館
0.67%	nohaku.net/council/council-878	東洋町中山間地域活性化協議会
0.59%	nohaku.net/area/saitama	民泊 埼玉
0.57%	nohaku.net/area/nagasaki	半泊地域協議会
0.56%	nohaku.net/tag/%E5%8F%A4%E6%B0%91%E5%B0%B2	古民家 民泊 関東
0.44%	nohaku.net/area/hokkaido	北海道 農業体験 宿泊
0.44%	nohaku.net/council/%E3%81%BF%E3%81%A1%E5%B0%B2	みのまちや株式会社
0.40%	nohaku.net/event/event-4828	囲炉裏 airb 神奈川

競合サイトのアクセス数はどうか

どんなワードで検索されているか

東武の観光SEO技術でコードを書き換えることで、
検索上位に掲出して多くの人アクセスするサイトへ！

自動旅程作成システム「AIコンシェルジュ」

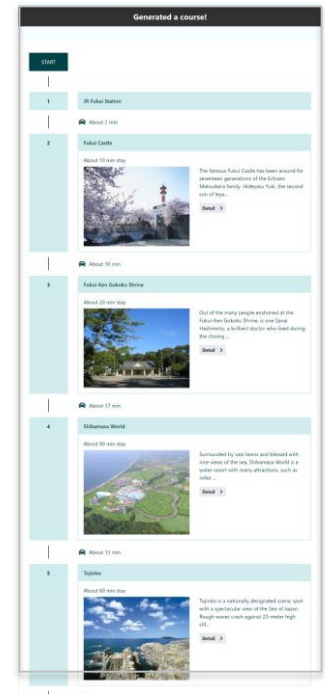
「AIコンシェルジュ」は、旅行者のニーズや希望に沿って**コンシェルジュのように**、一人一人にぴったりな周遊コースをAIがその場で作ってくれる「世界初の自動旅程作成サービス」です。

お客様はメニューから、旅の条件と好みをオーダーするだけ。1～2品のアラカルト（泊まる場所の指定など）も選んで頂けます。あとはAIに任せておけば、一人一人にオーダーメイドの旅程のフルコースが出てきます。乗換案内とも連動してしますので、次のスポットまでの道のりも困りません。

ユーザーが求める機能
だからこそ、
ユーザーデータが自然と集まる

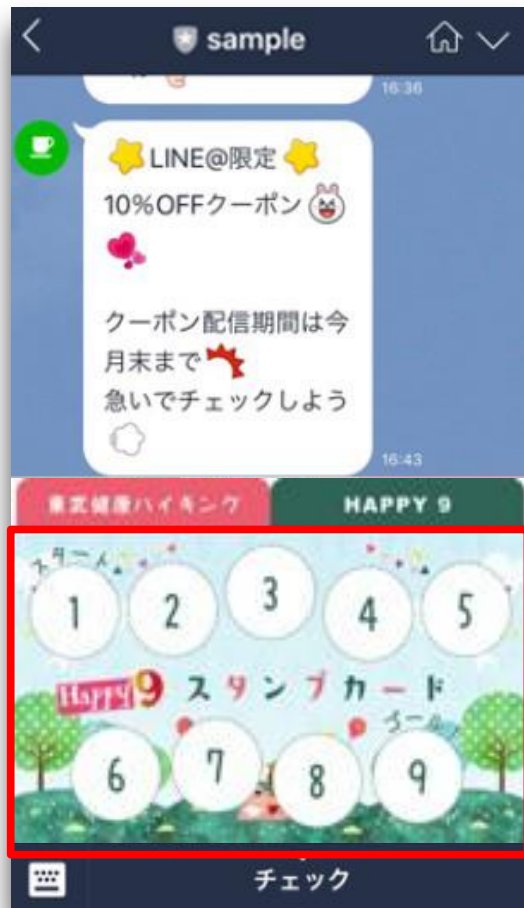


集めたデータをさらに
SNSやサイト運営に活用し、
より訴求力の高い施策へ！



【旅ナカ】 LINEを使ったデジタルスタンプラリー

LINEでスタンプラリーを行うことで、
LINEのお友達登録を促すことや別のイベントでのアカウント運用も可能となります。



QRコードを読み取って
スタンプを付与



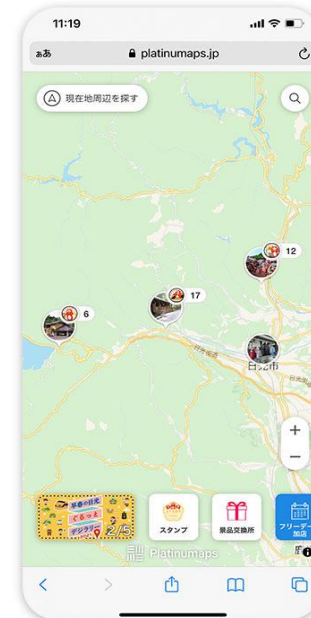
【旅ナカ】 デジタルスタンプラリーで周遊させる！

LINEをお使いでない場合でも、WEBブラウザで手軽に作成可能です！



観光案内も掲載

スタンプラリーだけでなく、周辺エリアの観光案内も同時掲載



7か国語対応

登録した情報を機械翻訳で、インバウンドへの対応もしっかり



手ごろな料金

リーズナブルな月額20万円～、規模や期間などに応じてお見積もり

回遊率や利用分析などの効果測定も可能！

スタンプラリーをより楽しくする仕掛けと、滞在時間や回遊率向上の仕組み、観光DX推進のための機能があります。
自治体、観光事業者、商店街等による地域活性化や町おこしを実現させるモバイルスタンプラリーをすぐに開催可能です。



(事例紹介)



滋賀の日本遺産デジタルスタンプラリー

滋賀の日本遺産への誘客と彦根城の世界遺産認定を目指したスタンプラリーが開催されました。特定のスポットに訪れていただくよう「特定スポット特典」を導入し、特典を得るために思わずそのスポットに訪れたいくなるような工夫を凝らしております。また、スタンプスポットはお城やお寺などの観光施設が中心となるため、スタンプ取得方式はGPSを採用し、QRコードのポップ設置の必要がないようにしております。



【旅ナカ】 デジタルスタンプラリーをおススメする理由

年間1,500件も開催されるスタンプラリーは、約77%が紙を利用している開催。
 コロナ対策と消費促進の両立のため、デジタルによる安心で面白い
 「新しい観光のカタチ」を提案します。

紙のスタンプラリー

- ◎ スマートフォンを所有していない方々にもご参加していただくことが可能。
- × 不特定多数の人がスタンプ台に集まり、スタンプに直接触るため、消毒など安全確保にコストがかかる。
- × スタンプラリーに参加した人々が、どのように周遊回遊しているかわからない。
- × 紙資源を利用し、終了後はすべて廃棄物となる。延期により再印刷が発生することも
- △ 手軽にすぐに開始可能。しかし、人件費含めオペレーションコストが高つく。

デジタルスタンプラリー

- ◎ 参加者所有のスマートフォンを利用し、特定箇所に集めず、スタンプに触る必要なく安全を保てる。
- ◎ スタンプラリーに参加した人々のデータを分析して、密集や回遊率情報を把握できる。
- ◎ 紙の利用量や廃棄を削減し、持続可能な社会の実現に貢献できる。
- × スマートフォンを所有していない方々にはご参加していただくことが出来ない。
- △ システム設定にコストが掛かるが、一度設定が完了すれば基本放置しておける。



顧客との継続的な接点を持つデータ連携型の決済システム

地域産品をオンラインで販売し、旅行の後も継続的な想起&応援を獲得できます。



まだECサイトを立ち上げていない場合

- ✓ 市場や競合を調査し、しっかりとした**ターゲティング・マーケティング**で最も最適なスタート方法をご提案
- ✓ 分析結果を元にプロモーションのコンセプトや戦略を決定
- ✓ サイトリリース後の**運用もサポート**。様々な施策を行って結果を分析し、より効果的な集客・追客・増客をはかります！



既存ECサイトをお持ちの場合

- ✓ アクセスや運用の現状を分析し、効果的な**売り上げ増加施策**を検討
- ✓ 必要に応じてコンセプトや戦略の練り直しをご提案

事例紹介① 「じゃばら村」

和歌山県北山村の公式ショップ。北山村の特産物「じゃばら」という果実やその加工品を売るショップ。
花粉症への効果が期待されるサプリ以外の売上が上がらないので、そのコンサルを行ったところ、

- メインの加工品であるドリンク類の元々の購入率1~3% → **改善後：8~16%**
- 5万以上ある店舗の中の10%以下しか選ばれない「ショップオブザマンズ」受賞



事例紹介② 「ホリ田ヤ」

神の島と呼ばれている愛媛県「大三島」特産のミカンやレモンの数々を販売するサイト。販売全体の戦略とLP制作などの実務を担当。

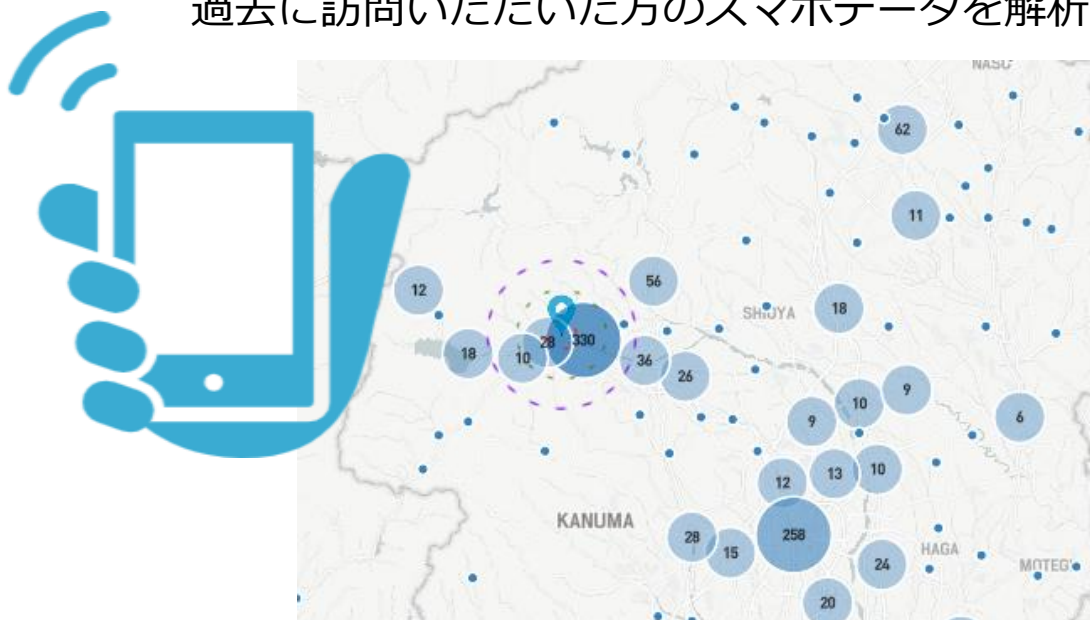
- 楽天の5万店舗の中で10%しか選ばれない「**優良ショップ**」受賞



※コンソーシアムで提携するネットショップ支援企業の事例

本地域への来訪経験はないが、類似地域への来訪経験あり、認知や興味・関心フェーズの准潜在顧客層のスマホの広告IDに発信できる

過去に訪問いただいた方のスマホデータを解析し、**リピーター向けのネット広告**を出します。



訪問者の端末の広告IDを活用して
過去に訪問いただいた方向けの広告を表示



リピーター獲得や、移住／定住の訴求も



さらに月別で検索し、
お正月やお盆の帰省者をターゲットに、
Uターン向けの施策展開も可能！

参考資料 会社案内



CDO 村井宗明

東武トップツアーズCDO

元文部科学大臣政務官、元衆議院議員
元LINE株式会社 行政DXマネージャー
ITエンジニアとしての開発作品

- ・ワクチンLINE予約システム
- ・文部科学省、経済産業省などの国
- ・富山県、岩手県、太宰府市等の自治体
- ・Gakken、数学検定協会、市進学院などの学習システム



DX推進室長 中山朋子

東武トップツアーズDX推進室長

インバウンド誘客

Eric Wang

元Facebook社員
元Instagram社員



CIO 花岡明久

東武トップツアーズCIO

元内閣官房専門調査員

元LINE株式会社 スマートシティTF長

多くの自治体の行政DXをコーディネート



エンジニア 植東祐一

東武トップツアーズDX推進室

元LINE株式会社 行政DXチーム

LINE内のアプリ構築、動画編集
等を得意とする

デザイナー 佐々木南

東武トップツアーズ推進室

元LINE株式会社 行政DXチーム

文科省や自治体のLINE公式アカ
ountのデザインと構築の実績

スタッフ

【観光データ解析など】

榎哲、齋藤麻奈美、牧由加、
大谷諭史、山崎優也

【観光インフルエンサー】

高原ひとみ

観光Tictokでは300万いいね
投稿用ネームは「ぴと」

大村悠弦

観光youtuber「出張リーマン」



経営理念

“Warm Heart” ～ありがとうの連鎖を～

私たちは、「人」が主人公、財産であることを経営の根幹に据えます。仕事を通じてお客さま、お取引先、そして地域の人々とともに明日（あした）へつなぐ「ありがとう」を共創し、安全・安心と最上のサービスにより期待を超える感動を創造します。

シンボルマークの三つの「T」は、「TOBU TOP TOURS」の「T」とお客さま、お取引先、社員間の「ありがとう=Thanks」の連鎖を意味しているとともに、マーク中心に見える「人」の形が「人が主人公、財産である」ことを表し、弊社の経営理念をシンプルかつダイレクトに表現しています。色は東武トラベルのマークカラー、トップツアーのマークカラー、東武グループのコーポレートロゴカラーを使用し、3社の融合を表現しています。

商号	東武トップツアーズ株式会社 (TOBU TOP TOURS CO.,LTD.)
登録番号	観光庁長官登録旅行業第38号
本社	東京都墨田区押上一丁目1番2号 東京スカイツリーイーストタワー
設立	平成27年4月1日
創業	昭和31年1月31日
代表者	代表取締役社長 百木田 康二
従業員	2,450名 (2021年4月1日現在)
加盟団体	(一般社団法人) 日本旅行業協会正会員 (一般社団法人) 日本旅行業協会ボンド保証会員 旅行業公正取引協議会会員 IATA (国際航空運送協会) PATA、ASTA、UFTAA

各事業部署のご案内 (法人のお客さま)

法人事業

東武トップツアーズの法人事業は、あらゆるニーズをワンストップで実現する！それが、東武トップツアーズの願いです。

公務関連事業

海外の視察・交流から大会・学会・国際会議までそれぞれのニーズにお応えします。

ビジネスサポート

人材サービスを中心としたアウトソーシングを業務受託し、「お客さまのお役に立つ(問題解決)」ホスピタリティサービスを提供します。

BTM(ビジネストラベルマネジメント)事業

社内出張規定の改善と徹底、危機管理・業務効率化、出張経費を削減などの業務課題に私たちがお役に立ちます！

MICE

長年旅行業で培ってきた「おもてなし力」「Warm Heart」をイベント・会議運営に融合し、新たなMICEビジネスを展開しております。

国際・訪日事業

従来欧米からのお客さまに加え、アジアからの訪日旅行者の受け入れ体制も強化しています。

スポーツ関連事業の推進

全国のスポーツツーリズムを推進し、おもてなしの心で国際交流の場を創出して参ります。

教育旅行事業

小学校から大学まで、修学旅行はもとより海外交流事業や各種研修旅行など学校教育に関するあらゆるご用命にお応えしています。

スポーツツーリズム

弊社は2020年に向けてスポーツツーリズムを推進しています。

宗教・文化関連旅行

旅行業のノウハウと宗教行事を数多く取り扱ってきた経年を生かして、心に残る行事となるようお手伝いをさせていただきます。

(個人のお客さま)

- ・カウンター事業
- ・メディア事業
- ・東武旅倶楽部
- ・クレジットカード・商品券等のご利用

事業所ネットワーク（国内）

東武トップツアーズは、**分社化していない全社一系のネットワーク**が強みです。

※2022年4月現在

緊急時には、全国の法人営業店舗、カウンター店舗、本社が連携しお客さまの安全確保等の対応を行います。

法人営業店舗（団体・グループのお客さま）

99拠点

近畿

- 滋賀支店
- 京都支店
- 京都教育旅行支店
- 福知山支店
- 奈良支店
- 大阪教育旅行支店
- 大阪法人事業部 第1・2営業部
- MCC大阪事業部
- 堺支店
- 神戸支店
- 神戸教育旅行支店
- 姫路支店
- 姫路支店ラヴィーナ分室
- 和歌山支店
- 紀伊田辺支店

山陰/山陽

- 鳥取支店
- 松江支店
- 岡山支店
- 広島支店
- 福山支店
- 山口支店
- 下関営業所

九州

- 関門支店
- 福岡支店
- 福岡教育旅行支店
- 佐賀支店
- 長崎支店
- 熊本支店
- 大分支店
- 宮崎支店
- 鹿児島支店

- 沖縄支店

甲信越

- 新潟支店
- 長野支店
- 松本支店
- 伊那支店
- 飯田支店
- 甲府支店

北陸

- 七尾支店
- 金沢支店
- 福井支店
- 富山支店

東海

- 熱海支店
- 静岡支店
- 浜松支店
- 三重支店
- 岐阜支店
- 豊橋支店
- 名古屋支店
- 名古屋教育旅行支店

四国

- 徳島支店
- 高松支店
- 新居浜支店
- 松山支店
- 高知支店

北海道

- 旭川支店
- 釧路支店
- 帯広支店
- 札幌支店
- 札幌教育旅行支店
- 函館支店

東北

- 青森支店
- 八戸支店
- 盛岡支店
- 岩手中央支店
- 一関支店
- 石巻支店
- 仙台支店
- 秋田支店
- 山形支店
- 福島支店
- 郡山支店
- 会津若松支店

北関東

- 水戸支店
- 茨城南支店
- 宇都宮支店
- 栃木支店
- 高崎支店
- 館林駅支店

首都圏

- さいたま支店
- 埼玉教育旅行支店
- 東上支店
- 埼玉西教育旅行支店
- 千葉支店
- 千葉教育旅行支店
- 京葉支店
- 千葉西教育旅行支店
- 東京教育旅行支店
- 東京法人東事業部 第1~4営業部
- MCC東京事業部
- 東京BTM事業部
- 東京スポーツ事業部
- 東京法人西事業部 第1~3営業部
- 日産労連リックトラベル サービス分室
- 官公庁事業部 第1~4営業部
- 大会・MICE営業部
- グローバル事業部
- グローバル営業部
- クルーズ営業部
- 押上支店
- 立川支店
- 横浜支店
- 神奈川教育旅行支店

カウンター店舗（個人のお客さま）

埼玉県

- 春日部支店
- 新越谷駅支店
- 草加駅支店
- ふじみ野駅支店
- 志木駅支店

11拠点

千葉県

- 柏駅支店

東京都

- 北千住駅支店
- 浅草駅トラベルサロン
- 押上支店
- 池袋駅支店
- 池袋アップルロード支店

メディア店舗・その他

- メディア東京支店
- メディア大阪支店
- エンパイヤ旅行センター

3拠点

TOBU TOP TOURS