



川崎緑化フェアを 事前に盛り上げる

デジタル分野の企画書



COLORS
FUTURE!
ACTIONS
KAWASAKI 100th



川崎緑化フェアを事前に盛り上げる デジタル分野の企画書

①SNSでの情報発信

顧客データベース付のLINEアカウント

- ・AIを使って花の解説や近所の店について、テキストで答える
- ・花や樹木のARが見える

②話すAIポスター

→川崎緑化フェアのポスターにスマホを当てると、口が動いて話す

③AIで花や樹木を書く事前のワークショップイベントと、その優秀作を掲載するサイト+メタバース

④川崎緑化NFT

→西川町NFTを参考に、固定ファンとしての会員証を作る

⑤本番中、LINEアカウントから、近所の店のクーポン券などを発行して周遊につなげる。

川崎緑化フェア SNSでの事前情報発信

	国内ユーザー数	効果的なAPI機能
LINE	9,400万	◎
Twitter	4,500万	×
Instagram	3,300万	×
Facebook	2,600万	○
TikTok	1,700万	×
Pinterest	870万	×
LinkedIn	300万	×

情報発信において、ユーザー数の多いSNSを早めから使う事がポイント
Twitter、インスタ、FBは、機能が少ないため職員の運用も可能だが、外注も可能。

LINEは、ユーザー数が多いだけでなく、効果的な機能も多いため、質量とも最も効果的なツールで必須。早めにプロの運用が必要。

TikTokは、友達数に関係ないので、本番からの開始で武器になる。

顧客データベース付のLINEアカウント①

川崎緑化フェアの関心者とLINEで友達になって情報発信

LINE連動した顧客データベースと連結で効果的なマーケティングができます。①LINEによるプッシュ型観光集客、②データ分析、③属性別配信で嗜好別リピータ対策などにご活用いただけます。また、既存の自治体のLINE公式アカウントに登録している友だちとも連携が可能です。

マーケティングシステム



Liny
リニー

LinyはLINE機能拡張するシステムです



非会員	6人	7人	2人
会員	27人	31人	14人
購買履歴あり	23人	45人	11人

LINE連携

LINEをインターフェイスに顧客情報をもとに一人ひとりの嗜好に合わせた情報をLINEから配信することができます。

クロス分析

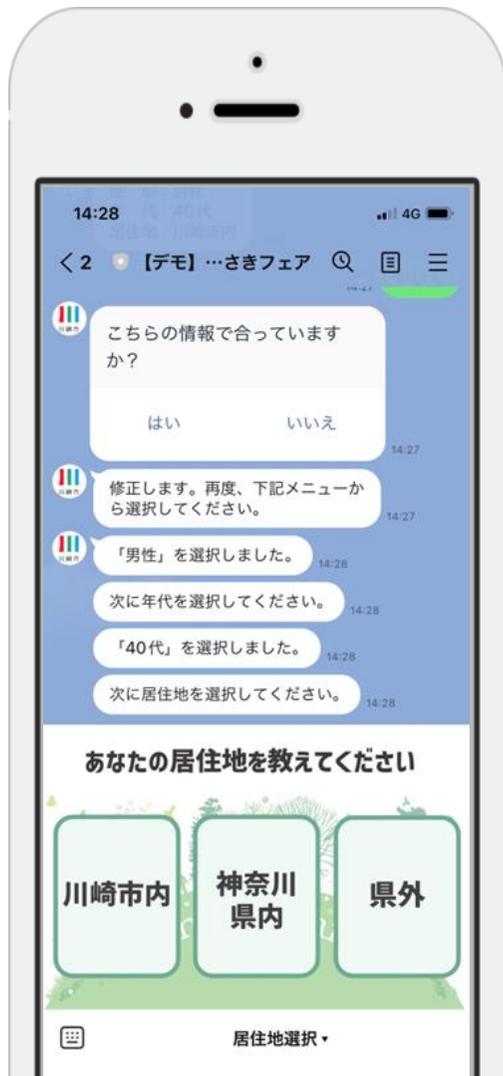
どの友だち追加場所からの注文が多いのか？
どのアンケート回答の人が多いのか？
どのシナリオからの反応が高いのか？
数値から配信内容や対策を考えることができる

タグ付け

友達を自由な属性に分けて管理
必要な人に適切な情報を発信
タグ例: 性別 年代 地域 担当者 店舗



イメージ



顧客データベース付のLINEアカウント②

・AIを使って花の解説や
近所の店について、
テキストで答える

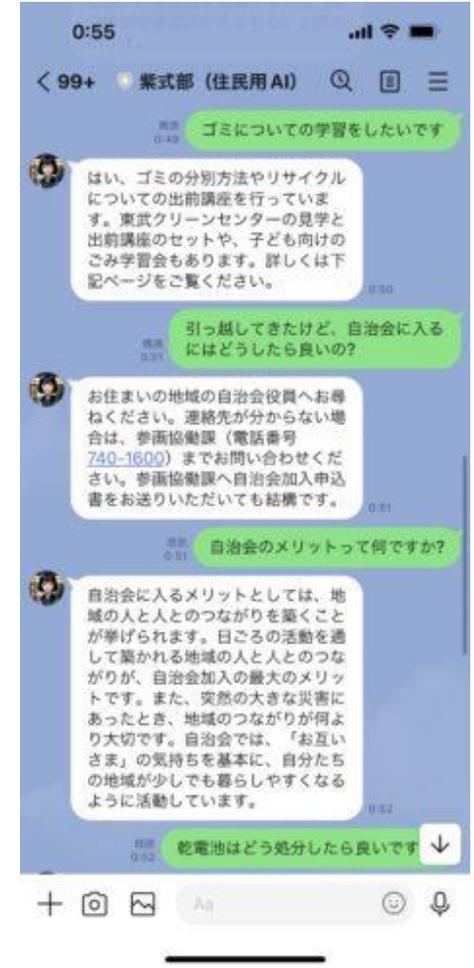
参考

公務員AI マサルくん

<https://digital-supporter.net/dxgpt/>

公務員AI 紫式部

<https://digital-supporter.net/prlady/>



顧客データベース付のLINEアカウント③

花や樹木がARにより3次元で見える仕組み。
速めに出して、他のSNSも連動した
投稿キャンペーンが必要



ぜひ、試してみてください



TOUR MONSTER
© 2018,2021 TOBU TOP TOURS/GLOBE.

広報用AIポスター



**観光AI案内が話す！
ポスター & パンフレット**

これを読み込むと
ポスターが話し始めます

東武AIデモ

QRコードを読んで、ポスターにカメラをあてると、ポスターが川崎緑化フェアについて話し始めます。
多言語対応も得意です。

ぜひ、音をONにして
QRコードを読み
私の顔で
試してください！



緑化AIのワークショップとメタバース①

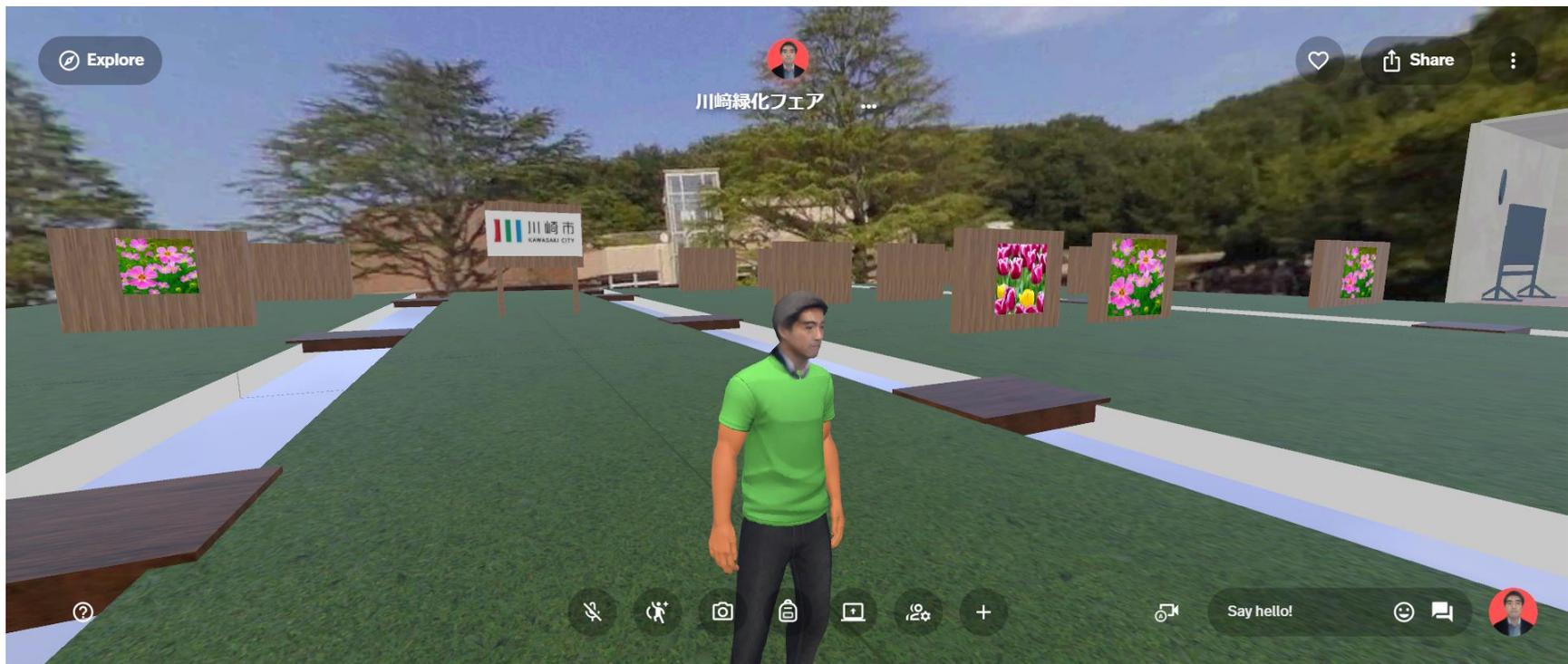
川崎緑化フェアの教育部門で、モデル学校で授業を行い、AIで花や緑を作る。子どもたちの情報学習に役立つ。



参考 小学校の先生を対象に行ったAIアートのワークショップ
<https://note.com/muramune/n/n633b91b48c88>

緑化AIのワークショップとメタバース

こちらに、ワークショップで作った花を参加型メタバース空間に飾ります。



川崎緑化フェアメタバース（デモVer 4）

<https://www.spatial.io/s/Chuan-Lu-Hua-huea-63bf4521cd0befb9ac3e461d>

※現時点の川崎メタバースは、小学校の先生70人が入っただけのデモ

(参考)

本番中の企画のたたき台

期間中の周遊イベント

すべての会場を回ってもらうため、緑化フェアLINEでのデジタルスタンプラリーの実施と、抽選での粗品贈呈



地域商店街との緑化フェアの連携

神奈川県民が最も使っているLINEの地域電子クーポンの「Gotoイートかながわ LINE電子クーポン」の改良を視野にして、ポイントの付与



データ解析①

デジタル化の最大のポイントは
「データ」

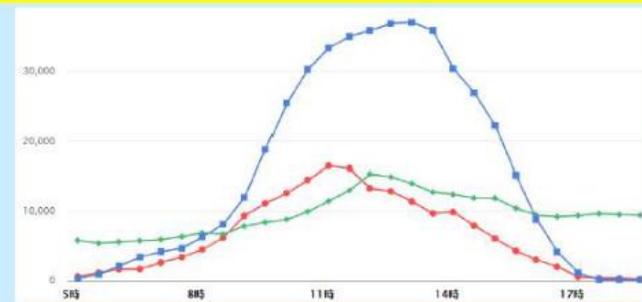
訪問客の顧客データだけでなく

- ・位置データに基づく、日々の流入数、性別、年代別、時間別、居住地のデータ化が必須。

- ・インバウンドの外国人の訪問データも分析することも可能だが、コストが少し上がるので仕様書に明記が必要。

- ・検索ワード、SNS解析、youtube競合解析も必須。

観光地別の時間帯別来訪傾向を調べられる



観光地にどこから来訪しているのか把握できる



