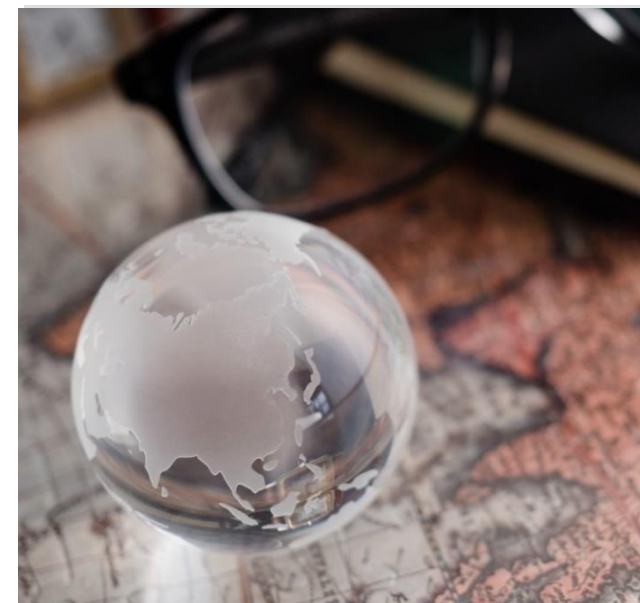


デジタルチケットプラットフォーム

2月5日 メモ



 TOBU TOP TOURS

東武トップツアーズ株式会社

**被災地・防災・業務効率
AI時代に勝ち抜こう！**



クイックローンチできるデジタルチケットプラットフォーム

1, LINE連携なら、実績もあり、クイックスタートが簡単

- ①, 観光デジタルMAP ②, 観光AIガイド (文字+音声)
- ③, 購入決裁・予約 ④, 顧客管理 ⑤スタンプラリー

強み LINEで顧客管理ができてリピーターを増やせる

課題 LINEを使っているのは日本人なので、外国人向けに別途の開発が必要になる。

2, 他社だと「プラチナスタンプラリー」と組む選択肢もある

強み すでに多言語対応で外国人が可能
LINEのない人もスタンプラリーができる

課題 LINEのようなリピーター対策ができない
他の旅行会社などの仕事も受けている

3, 経済圏を作るためのデジタルマーケティングで取得できる観光データ

- ・ 2のプラチナだと、プラチナ利用者だけのデータ
- ・ こちらなら、スマホの全ユーザーのデータ

東武トップツアーズとしてのクイックローンチ



日本人へのクイックローンチ

東武が得意なLINEに既存アプリを連携させる



- 1, 観光デジタルMAP
- 2, 観光AIガイド(文字+音声)
- 3, 購入決裁・予約
- 4, 顧客管理

メリット

- ・すでにあるものの組み合わせのため、導入が早いクイックスタート
- ・顧客データベースがあり、リピーターになる

デメリット

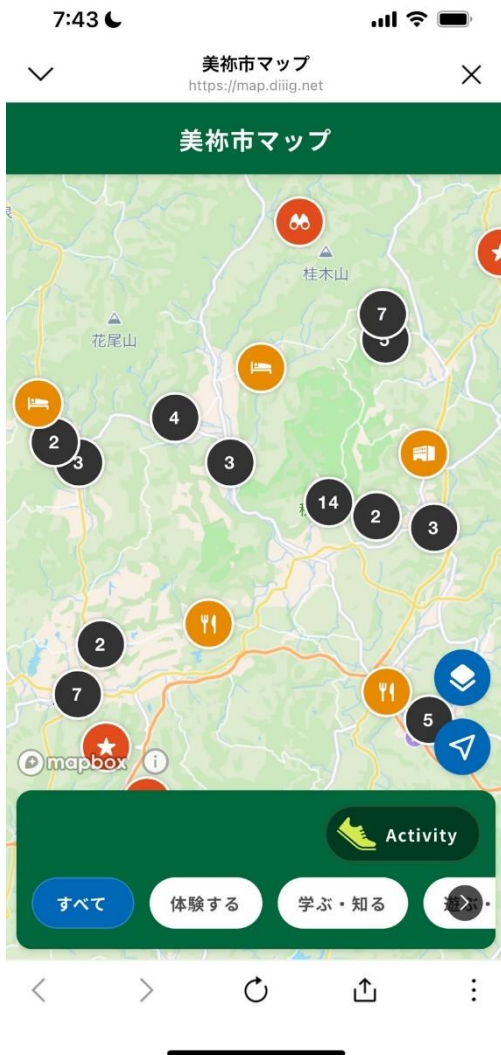
- ・外国人がLINEをあまり使っていない



山口県美祢市 観光用ChatGPT「ミネドン」

山口県美祢市は、観光地、特産品、宿などを学習したChatGPT「ミネドン」のリリースを発表しました。スマートフォンで利用可能な「ミネドン」は、観光に関する情報を提供し、山口県美祢市のゆるキャラ「ミネドン」との会話を楽しむことができます。文字だけでなく、音声でもコミュニケーションが可能です。





山口県美祢市 観光用MAP

山口県美祢市は、観光地、特産品、宿などの観光MAPをリリース
DIIGさんとの連携

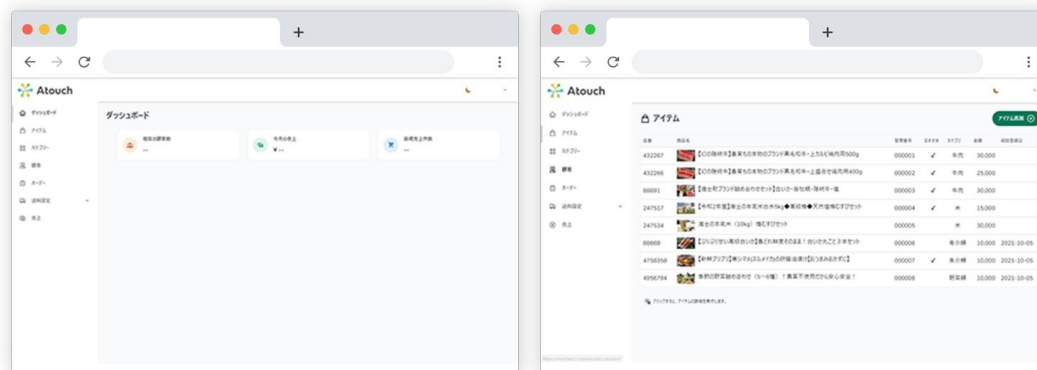
当社はDIIGさんと連携しているが・・・
競合のプラチナスタンプラリーとの連携も選択肢



旅ナカだけでなく、

LINEでプッシュを打って
旅後の物品販売が可能

ダッシュボード画面 / 登録商品一覧画面



案1、開発費がかからず、Atouchでクイックローンチ

- ・Atouchは開発費ゼロのサービスだが、決済手数料(6.25%)が高い

案2、自前で開発すると決済手数料は安くなるが、時間と初期開発費がかかる

				サポート	送信数	村井宗明 (副管理者) 東武デジタルソリューション
<input type="checkbox"/>	未対応	TetsuyaAida	停止中	規約に同意して開始する	(2024-01-05 15:59:29)	性別: 男性 年代: 40代
<input type="checkbox"/>	未対応	中出 裕貴	停止中	規約に同意して開始する	(2023-12-27 10:24:22)	職業属性: 東武G 性別: 男性 年代: 20代
<input type="checkbox"/>	未対応	関口優花	停止中	会社員	(2023-12-15 14:18:49)	職業属性: その他 民間 性別: 女性 年代: 20代
<input type="checkbox"/>	未対応	森正州	停止中	規約に同意して開始する	(2023-12-13 13:40:08)	職業属性: その他 民間 性別: 女性 年代: 20代
<input type="checkbox"/>	未対応	Ryotaro Nagahara (長原)	停止中	【ブロックされました】 ブロックされました	(2023-12-17 14:05:45)	職業属性: 自治体 性別: 男性 年代: 30代
<input type="checkbox"/>	未対応	平 桂一	停止中	規約に同意して開始する	(2023-12-13 13:39:03)	職業属性: その他 民間 性別: 男性 年代: 30代
<input type="checkbox"/>	未対応	kinug	停止中	【ブロックされました】 ブロックされました	(2023-12-15 12:30:04)	職業属性: 自治体 年代: 60代以上
<input type="checkbox"/>	未対応	Toshiki.Yoshida@浪江	停止中	規約に同意して開始する	(2023-12-13 13:38:49)	職業属性: 自治体 性別: 男性 年代: 30代
<input type="checkbox"/>	未対応	なる	停止中	規約に同意して開始する	(2023-12-13 13:38:50)	職業属性: 自治体 性別: 男性 年代: 40代

案内を出し分けて、リピーターにすることが可能

課題

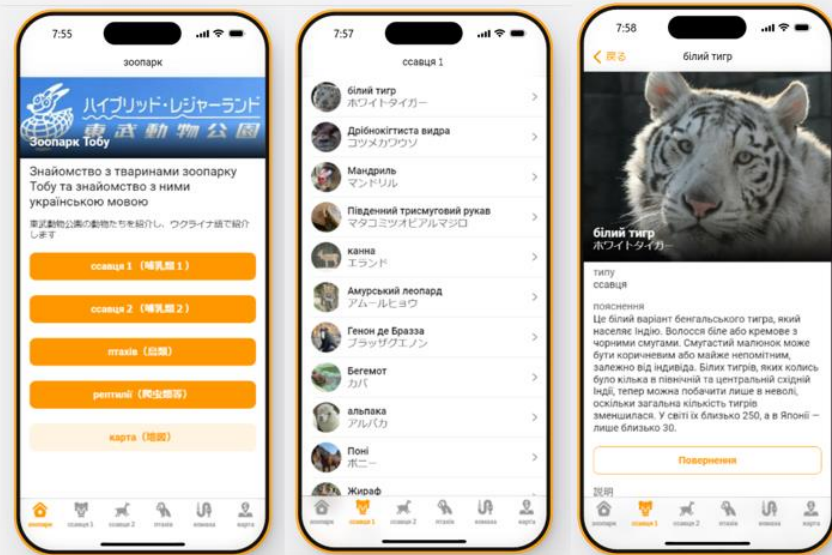
外国人は、LINEをつかっていないので、アプリ開発になってしまいます。

対策

- ・ 突貫開発だとしても、ダウンロードアプリになるので見積が必要。
2～3か月見た方が良さそうです。
mikoseaさんと打ち合わせて、見積依頼になります。
- ・ AIは、日本語より英語が得意。しかし、それ以外の言語に不安

東武・多言語観光案内アプリ開発

東武動物公園ウクライナ版
[HTTPS://TOBUZOO-UA.COM/](https://tobuzoo-ua.com/)



以前、NHKなどのニュースにとりあげていただいた内製の作品

- ・AIではなく旧式Bot
- ・突貫での開発が可能

決裁機能は後付けで可能

<https://tobuzoo-ua.com/>

参考用の他社資料 プラチナスタンプラリー

こちらに発注する選択肢もあります。

強み すでに多言語対応で外国人が可能

課題 LINEのようなリピータ対策ができない

他の旅行会社などの仕事も受けている

【観光DXプラットフォーム「プラチナマップ」】

「横浜デジタルMAP」のシステム基盤である「プラチナマップ」

◆観光案内マップとともに施設案内などを多言語対応(7ヶ国語自動切換え)でデジタル表示が可能

◆利用データ分析も可能

◆デジタルスタンプラリーを簡単に作成・開催できることも特長で、

◆ランキング、ルーレット、ポイントといったスタンプラリーをより楽しくする仕掛けや、滞在時間や回遊率向上の仕組みを搭載し、自治体・観光事業者・民間事業者など、それぞれの目的に合わせたスタンプラリーを簡単に構築できます。

◆オプション機能<*>のひとつ動態管理により、最高精度誤差1m、毎5秒のトラッキングが可能な最新衛星「みちびき」に対応したIoTデバイスが用意され、簡単なセッティングで、リアルタイムの位置情報をマップに表示。

トラッキングは、バス、タクシー、船、ケーブルカー等様々対応可能。経路・時刻表・停留所を表示可能。GTFS連携の場合、GTFSのURLを指定するだけでバス停やルートマップ上に表示可能。

・その他オプション機能: デジタルクーポン、予約システム、混雑状況連携、インドアマップ等

観光DXプラットフォーム「Platinumaps（プラチナマップ）」

」 <https://platinumaps.jp>

動態管理



マップ上にバスや船の位置をリアルタイムに表示。

スタンプラリー



デジタルスタンプラリー機能を統合し、回遊率を向上。

クーポン



店舗毎にデジタルクーポンを発行し、利用率を向上。

予約



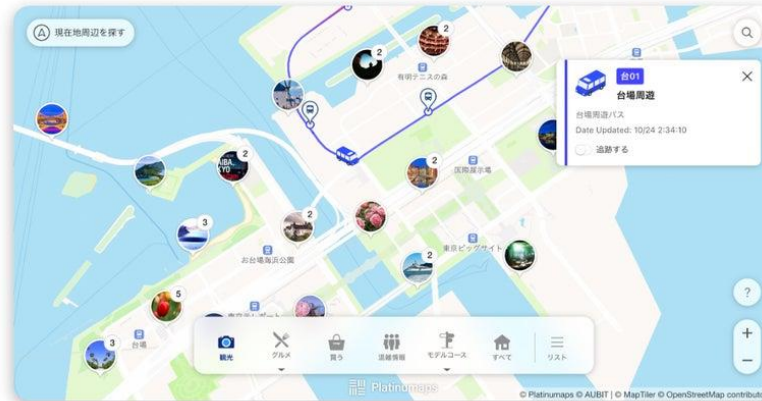
予約機能を統合。施設や設備の予約管理。

混雑状況連携



店舗やモビリティの混雑状況をリアルタイム連携。

観光DXプラットフォーム



データ分析

マップ、スタンプラリー、クーポンなどの利用データを横断分析可能なダッシュボードを搭載。

API連携

既存のWEBサイトやCMSとデータ連携を行い、地図構築や最新化を自動化できます。

インドアマップ



施設・屋内のマップをデジタル化。施設内の経路検索も可能。

「プラチナマップ」導入によりスタンプラリーの共通プラットフォームを実現

！

「横浜デジタルMAP」で花咲く横浜をめぐる「花咲く Rally」を支援

観光マーケティングを促進するデータ集約・分析、イベント間の相互送客が可能に

ボールドライト株式会社

ボールドライト株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：宮本章弘、以下：ボールドライト）が開発する観光DXプラットフォーム「プラチナマップ」が観光・回遊促進プラットフォーム「横浜デジタルMAP」に導入されました。横浜エリア開催イベントのスタンプラリーを共通プラットフォーム化することによる相互送客、データ分析を主な目的に導入いただいたものです。「横浜デジタルMAP」は横浜市と公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー（理事長：布留川信行、以下：横浜観光コンベンション・ビューロー）が東日本電信電話株式会社 神奈川事業部（執行役員 神奈川事業部長：中西裕信、以下：NTT東日本）の運用協力のもと構築しました。この度、横浜市の都心臨海部で2023年3月19日（日）～6月11日（日）の期間で開催される、花をテーマにまちの地域資源をつないで横浜の魅力を体験していただく「花咲く Rally」が「横浜デジタルMAP」を活用して展開されます。

・共通プラットフォームによる効率化、データ分析、周遊促進

横浜は人気観光地であり、年間で多数のイベントが開催されています。今回の導入は、従来個々のイベントで実施していたスタンプラリーを横浜エリアで共通プラットフォーム化することが目的です。

エリアでの共通プラットフォーム化により、イベント間で相互送客が可能となり、スタンプラリーやクーポン等のキャンペーンを年間で効果的に実施し、収集したデータを分析しさらなる魅力発信につなげることができます。

データ分析については、観光客の属性・行動・周遊データの分析結果がリアルタイムでダッシュボードで確認できるため、次のマーケティング施策をスピーディかつ複合的に検討可能です。

またデジタルスタンプラリー機能により混雑エリアの観光客を分散することで観光客の滞在時間を最大化し、横浜エリア全体の周遊・観光消費を促進します。

さらに観光モビリティのリアルタイム位置情報と各施設の観光情報を同時に確認可能にすることで、観光客の周遊利便性を向上します。

横浜デジタルMAP: <https://platinumaps.jp/d/yokohama>

・「花咲く Rally」概要

季節ごとの花々で彩られる横浜観光を存分に楽しめる企画として、横浜市内の飲食・物販店や宿泊施設、観光・集客施設、「花」に関連するイベントなどをめぐるデジタルスタンプラリーが開催されます。また、ガイド付きのまちあるきツアーや横浜ならではのモビリティを活用したツアーも実施されます。

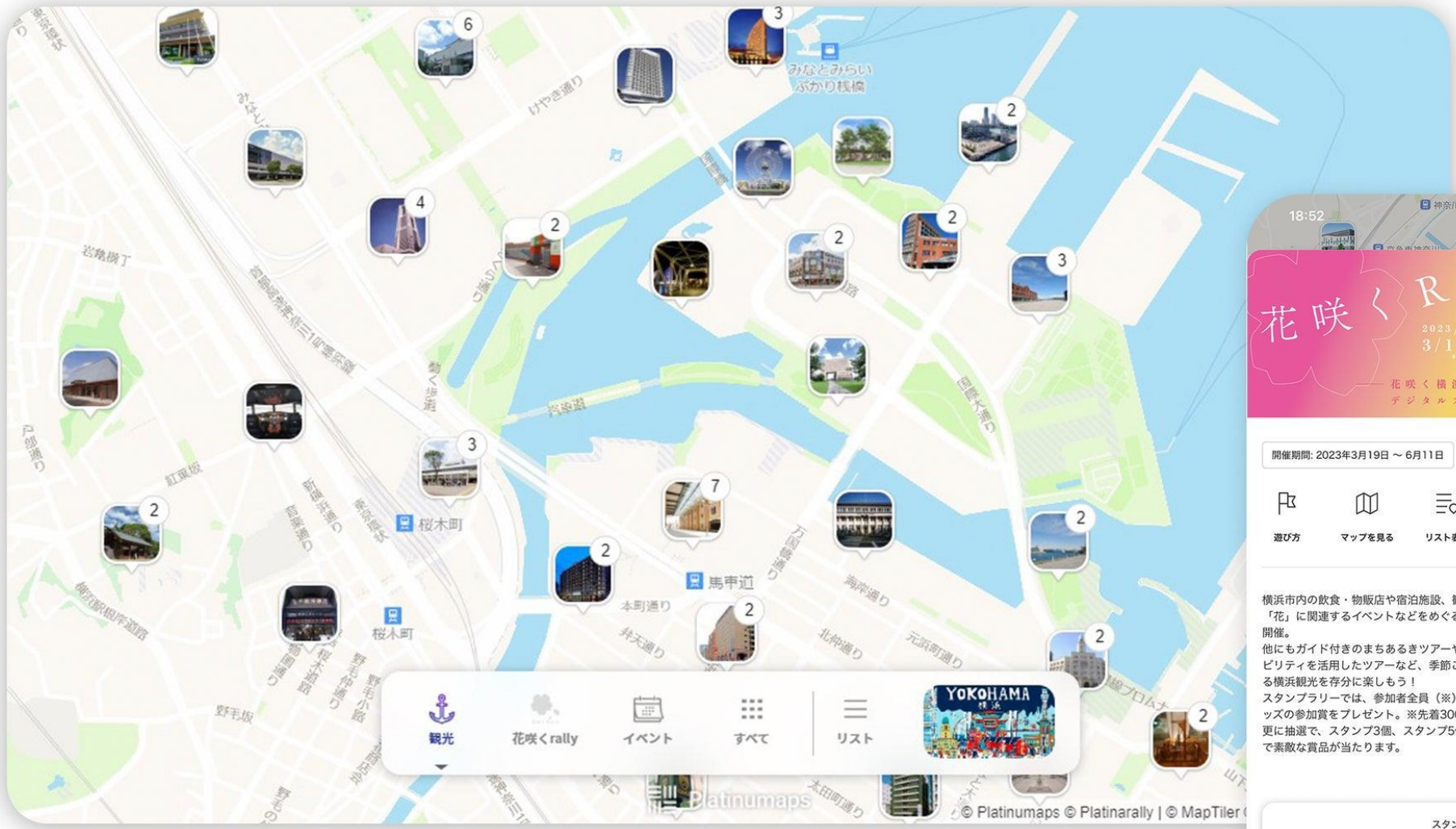
スタンプラリー参加者（先着3,000名様）はガーデンベアグッズの参加賞がもらえるほか、獲得したスタンプ数に応じて、抽選で観光施設招待券、商品券、ホテルベア宿泊券などの素敵な賞品が当たります。

花咲く Rally :

<https://www.welcome.city.yokohama.jp/hottopics/hanasaku/>

- (1) 開催期間：2023年3月19日（日）～6月11日（日）
- (2) 場所：都心臨海部（横浜駅周辺エリア、みなとみらい21 エリア、関内・関外エリア）
- (3) 主催：関内・関外地区活性化協議会
- (4) 共催：横浜市都市整備局
- (5) 運営主体：公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー





花咲く Rally

2023 / 3/19-6/11

花咲く横浜をめぐる
デジタルスタンプラリー

開催期間: 2023年3月19日 ~ 6月11日

🗺️
選び方

📄
マップを見る

📋
リスト表示

🎁
特典に応募

横浜市内の飲食・物販店や宿泊施設、観光・集客施設、「花」に関連するイベントなどをめぐるスタンプラリーを開催。

他にもガイド付きのまちあるきツアーや横浜ならではのモビリティを活用したツアーなど、季節ごとの花々で彩られる横浜観光を存分に楽しもう！

スタンプラリーでは、参加者全員(※)にガーデンベアグッズの参加賞をプレゼント。※先着3000名様

更に抽選で、スタンプ3個、スタンプ5個、スタンプ10個で素敵な賞品が当たります。

スタンプ獲得数

スキャン

•観光モビリティのデジタルマップ表示

「花咲くRally」では、横浜らしい景色を感じながら移動そのものを楽しめる乗り物、オランダ発祥の移動式ビアカウンター「ビアバイク」や、東南アジアを中心に普及している「トゥクトゥク」を使った、ガイド付きのツアーが実施されます。(予約は、公式HPより4月上旬から受付予定)
この観光モビリティの位置情報を、「横浜デジタルMAP」上でリアルタイムに表示させることで、観光来訪者の周遊利便性を向上していきます。



ビアバイク イメージ



トゥクトゥク イメージ



< 関連サービス紹介 >

デジタルフロアマップ「Metamap（メタマップ）」 <https://floormap.digital/>

ボールドライトは、2019年に観光DXプラットフォーム「プラチナマップ」の提供を開始し、すでに400以上の全国地方自治体・観光・交通関連事業者を導入されています。プラチナマップはデジタルマップを軸に観光DXに必要なMaaS連携、デジタルスタンプラリー機能、AIカメラやセンサー連動による混雑や渋滞状況の可視化機能などを開発してきました。プラチナマップの技術を基盤に階層制御技術、施設内経路検索技術、グラフィックス管理機構、新しいインタフェースを開発し、新たに商業施設向けDXソリューションとして提供開始したサービスが「メタマップ」です。メタマップはデジタルフロアマップをユーザーインタフェースに、今後とも来訪者の体験向上と施設運営者の管理コスト削減及び回遊率・購買率向上を目指し、新機能を順次開発、提供予定です。2023年から2024年にかけて、顧客管理機構（CRM）、リテールテイメント関連機能、電子棚札との連携、決済機能などの提供を予定しています。

- 【提供形態】・SaaS型Webアプリケーションサービス
- 【提供価格】・月額48,500円～（税別）

・「メタマップ提供開始記念」トライアルキャンペーン実施中

メタマップ提供開始を記念して、月額利用を一部無償提供するトライアルキャンペーンを実施しています。

- ・内容：「メタマップ」月額利用料3ヶ月分無償（※別途初期費用は発生します）
- ・対象：初回お申し込み限定
- ・募集社数：先着30社
- ・募集期間：～2023年3月31日(金)

会社名：ボールドライト株式会社
事業内容：観光DX関連事業、商業施設DX関連事業、システム及びソフトウェア開発事業、ビジネスコンサルティング事業
デジタルマーケティング事業
設立年月日：2019年4月3日
WEBサイト：<https://boldright.co.jp>

東武トップ 観光データ分析でわかること

東武トップツアーズは、

- ・各観光地の毎日の訪問人数、属性、居住地
- ・SNS上の評判

など、各観光地ごとに観光データを分析が可能。
観光デジタルマーケティングに活用できます。

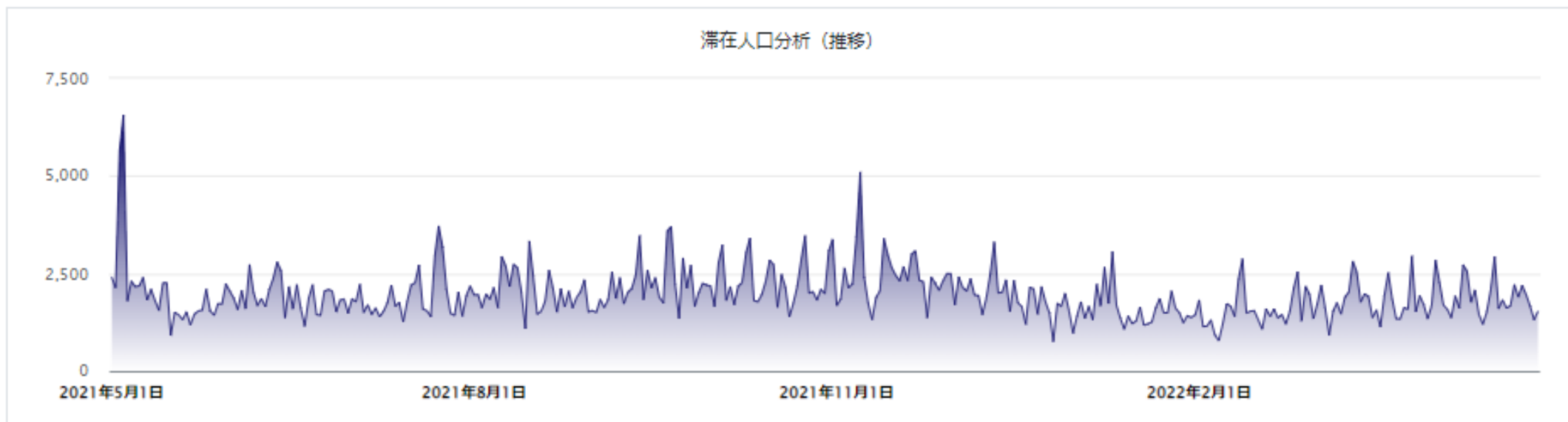
プラチナスタンプラリーは、そのアプリ利用者だけの分析
こちらは、全スマホ利用者の分析のため、幅がかなり広い

海王丸パークに関する観光データ解析（21年5月～22年4月）

来訪者40.8万人の訪問日と属性について



	男性	女性
20代	29711	20006
30代	30666	26849
40代	46097	26857
50代	36668	22025
60代	43406	31097
70歳以上	45930	48757
合計	232478	175591



海王丸パークに関する観光データ解析（21年5月～22年4月）

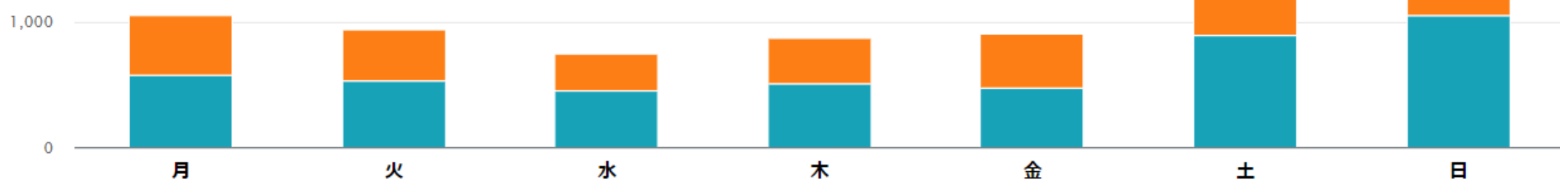


来訪者の訪問曜日別の年代別、性別

● 20代 ● 30代 ● 40代 ● 50代 ● 60代 ● 70歳以上



● 男性 ● 女性

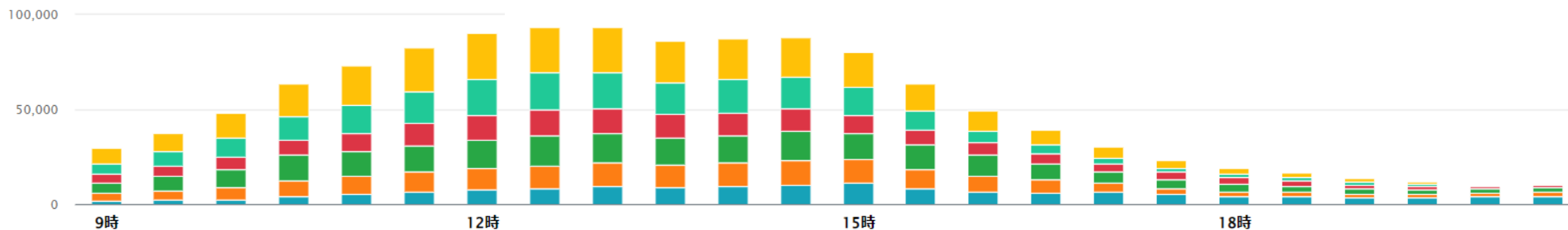


海王丸パークに関する観光データ解析（21年5月～22年4月）

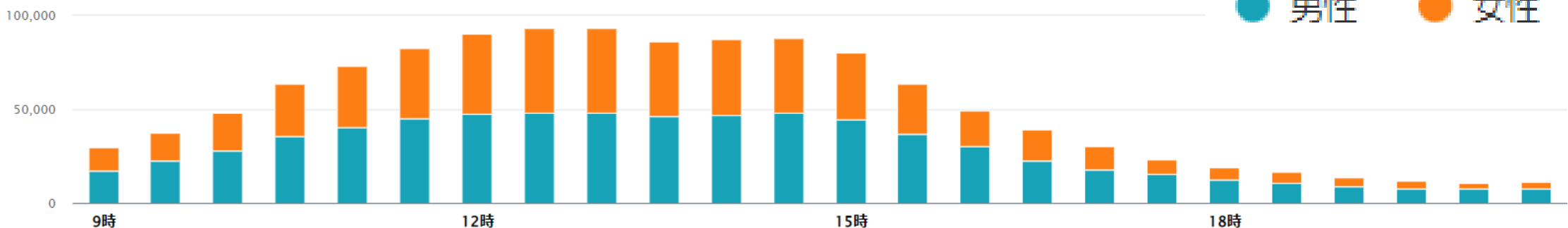


来訪者の訪問時間別の年代別、性別

● 20代 ● 30代 ● 40代 ● 50代 ● 60代 ● 70歳以上



● 男性 ● 女性



海王丸パークに関する観光データ解析（21年5月～22年4月）



来訪者がどの市町村から来たのか？の分析

市区町村名	人数	獲得比率	距離	市区町村名	人数	獲得比率	距離
射水市	98784	0.063	7.9	滑川市	3687	0.011	23.8
富山市	97753	0.019	26.8	高山市	3534	0.004	71.6
高岡市	72059	0.03	15.8	中新川郡上市町	2661	0.011	35.6
金沢市	11829	0.002	47.9	白山市	2498	0.002	64.7
砺波市	10097	0.017	21.5	黒部市	2432	0.006	47
氷見市	9390	0.015	18.8	長野市	2281	0.001	92.4
南砺市	7598	0.013	40.1	下新川郡入善町	2225	0.008	37.6
中新川郡立山町	4649	0.014	29.9	飛騨市	1751	0.007	51.4
魚津市	4376	0.009	33.4	かほく市	1694	0.004	34.3
小矢部市	4170	0.011	25.4	上越市	1657	0.001	112.9

海王丸パークに関する観光データ解析 (21年5月~22年4月)

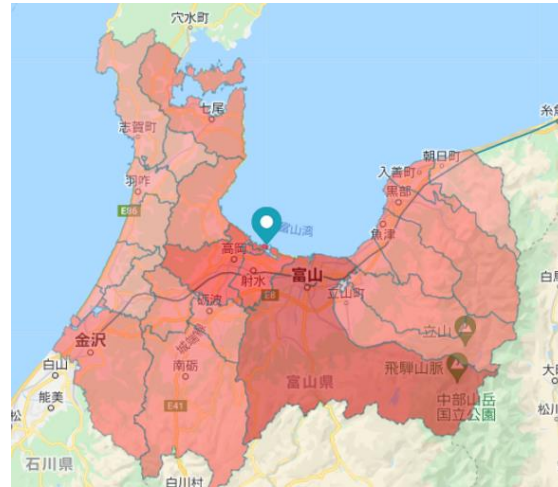


来訪者がどの県から来たのか？
の分析

都道府県名	人数	距離※
富山県	288325	20.7
石川県	23761	50.8
岐阜県	12204	99.6
愛知県	11551	193.8
東京都	8899	250.5
長野県	8837	109.2
新潟県	6304	181.8
大阪府	5757	271.4
埼玉県	5441	217.7
神奈川県	4611	252.5
兵庫県	3705	270.2
福井県	3281	115.3
千葉県	2787	315.1
群馬県	2757	174.8
京都府	2488	224.8

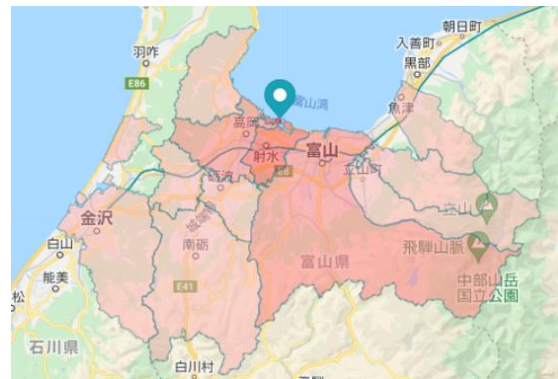
海王丸パークに関する観光データ解析（21年5月～22年4月）

1回だけの訪問者の居住地



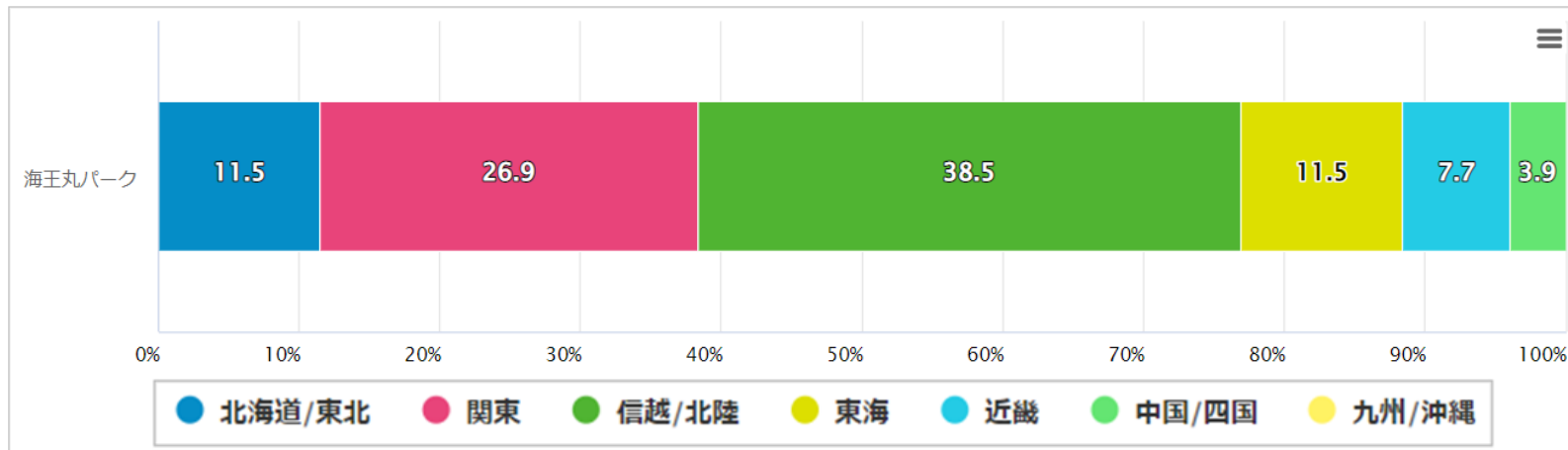
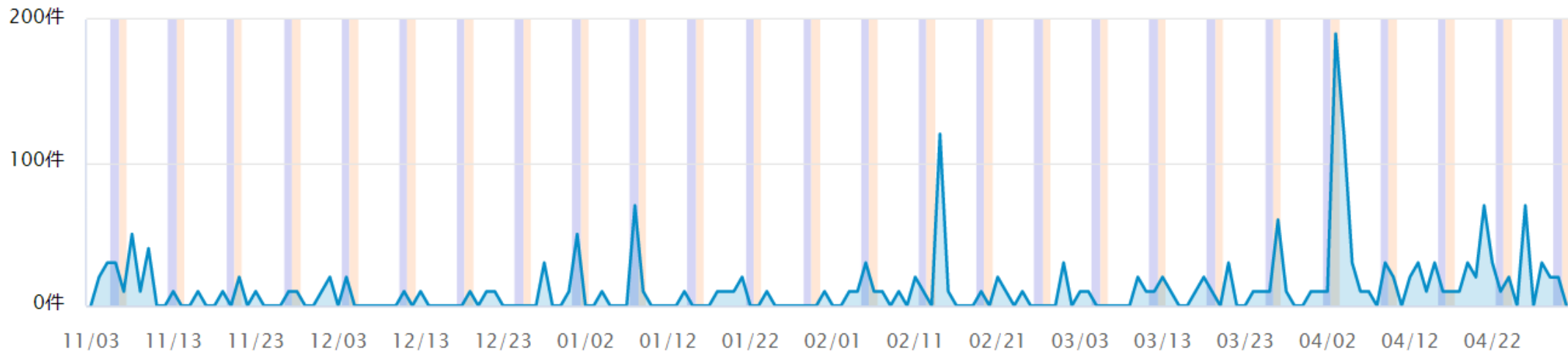
富山市	62857
高岡市	37741
射水市	36337
金沢市	9862
砺波市	6625
氷見市	6178
南砺市	5950

3回以上のリピーターの居住地

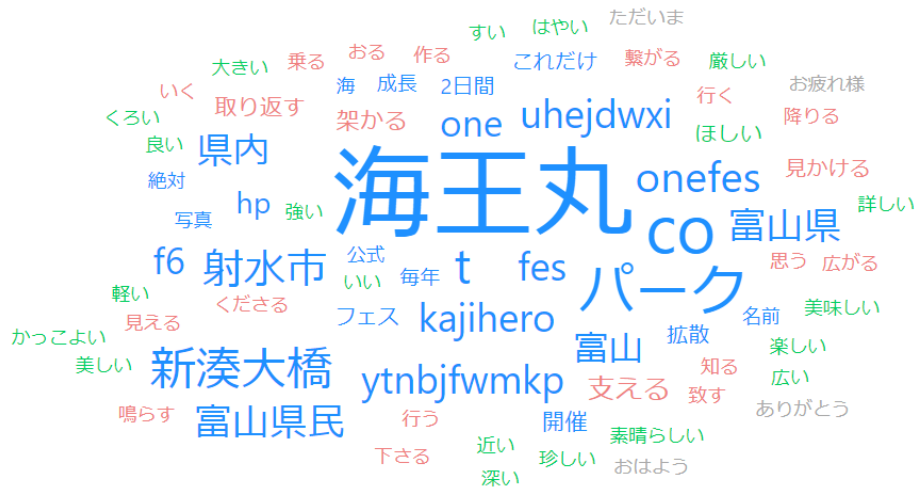


射水市	11984
高岡市	4735
富山市	4237
氷見市	553
砺波市	423
金沢市	220
中新川郡立山町	208

海王丸パークに関するTwitter2090件の口コミ分析 (21年11月~22年4月)



海王丸パークに関するTwitter2090件の口コミ分析（21年11月～22年4月）



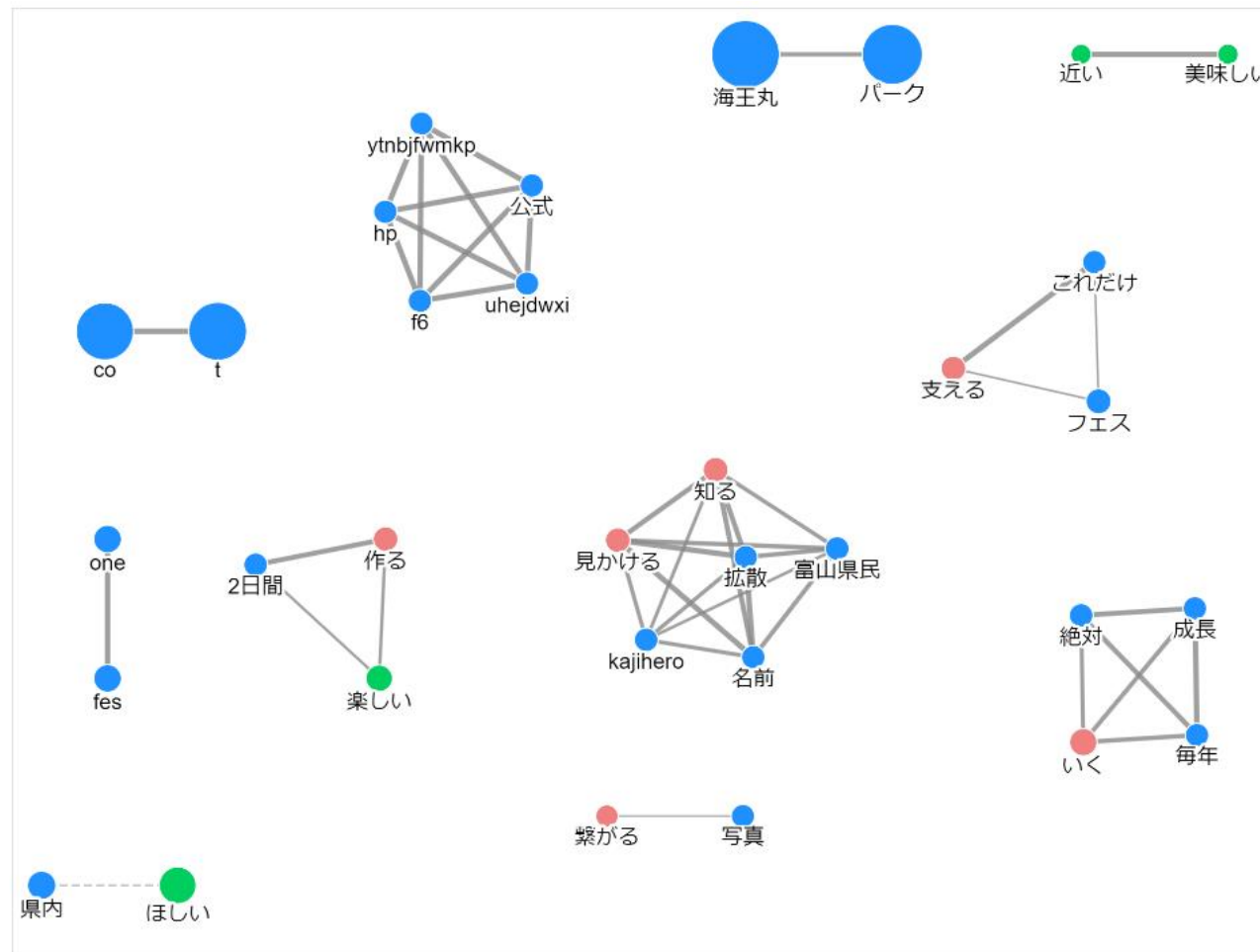
東武トップツアーズとその提携グループは、これらのデータを活用したSNSの運用を得意としています。

単語出現頻度
 文章中に出現する単語の頻出度を表にしています。

■ 名詞	スコア	出現頻度	■ 動詞	スコア	出現頻度	■ 形容詞	スコア	出現頻度
海王丸	3632.54	271	いく	2.90	39	ほしい	19.20	81
パーク	1189.75	229	知る	1.95	28	楽しい	2.80	35
t	869.87	217	支える	36.36	27	美味しい	0.36	9
co	1800.27	213	見かける	14.56	27	近い	0.61	7
富山	190.47	55	作る	2.13	27	詳しい	0.78	6
県内	211.77	54	行く	0.30	20	良い	0.05	6
fes	324.19	50	繋がる	4.23	17	素晴らしい	0.34	5
one	233.48	50	行う	1.16	17	大きい	0.27	5
新湊大橋	649.68	49	くださる	0.24	11	いい	0.02	5
開催	50.21	47	致す	1.04	10	珍しい	0.47	4
onefes	489.89	38	乗る	0.52	9	軽い	0.17	3
射水市	461.30	36	取り返す	15.97	8	広い	0.15	2
フェス	30.02	36	思う	0.03	7	美しい	0.10	2
富山県	215.55	34	広がる	2.21	6	くろい	0.14	1
富山県民	233.39	29	降りる	1.10	6	すい	0.03	1

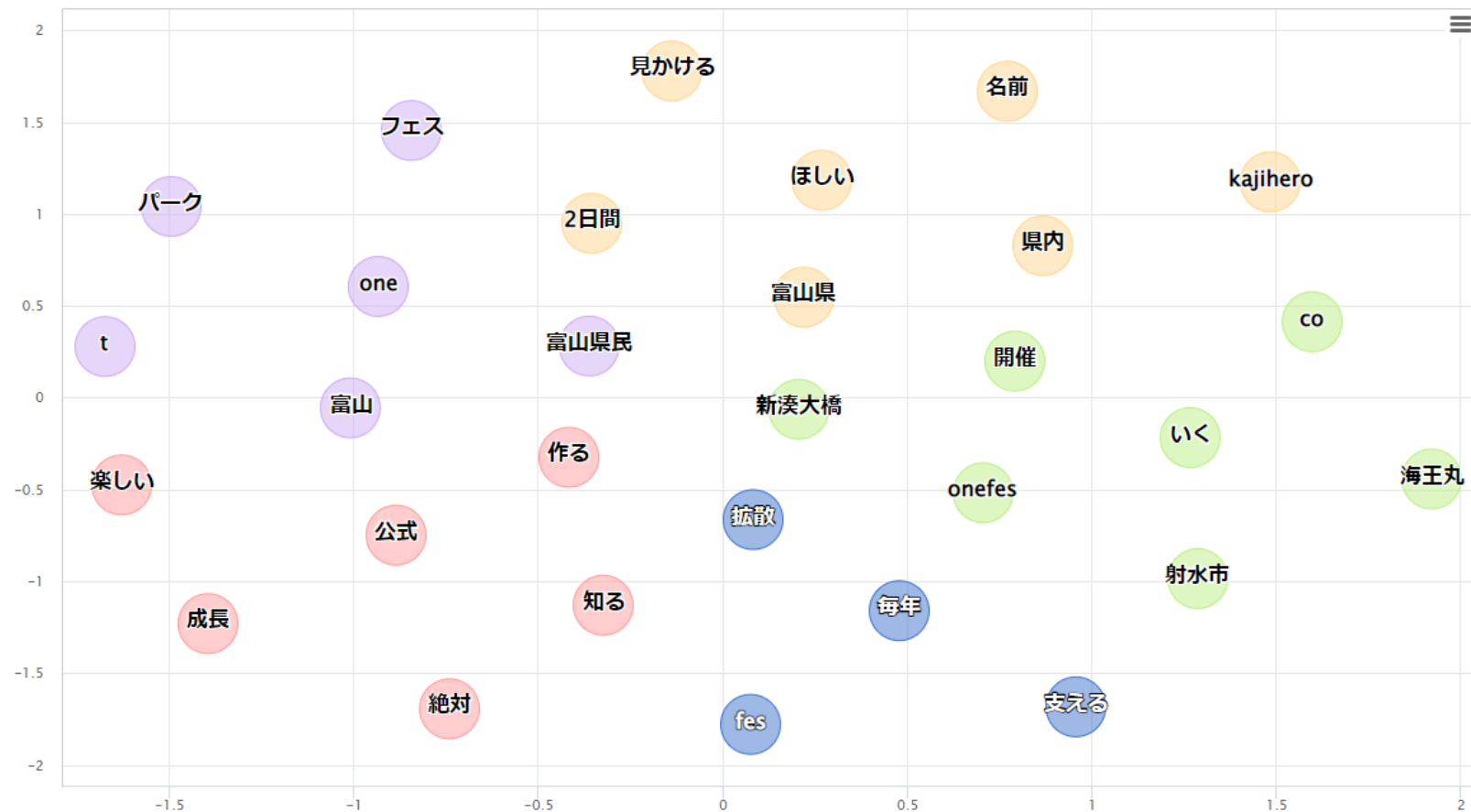
共起キーワード

文章中出现する単語の出現パターンが似たものを線で結んだ図です。
出現数が多い語ほど大きく、また共起の程度が強いほど太い線で描画されます。



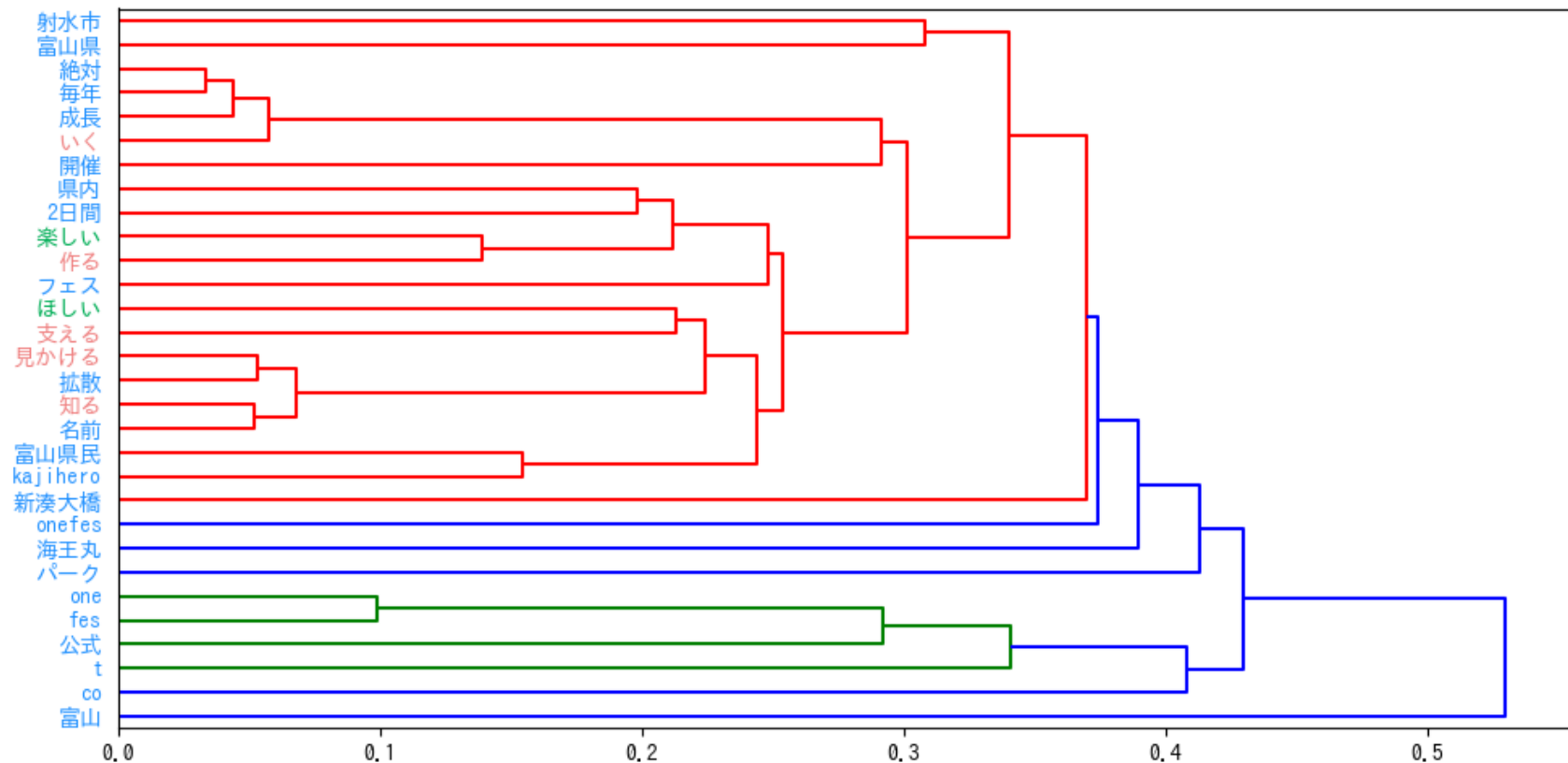
2次元マップ

文章中での出現傾向が似た単語ほど近く、似ていない単語ほど遠く配置されています。距離が近い単語はグループにまとめ、色分けしています。



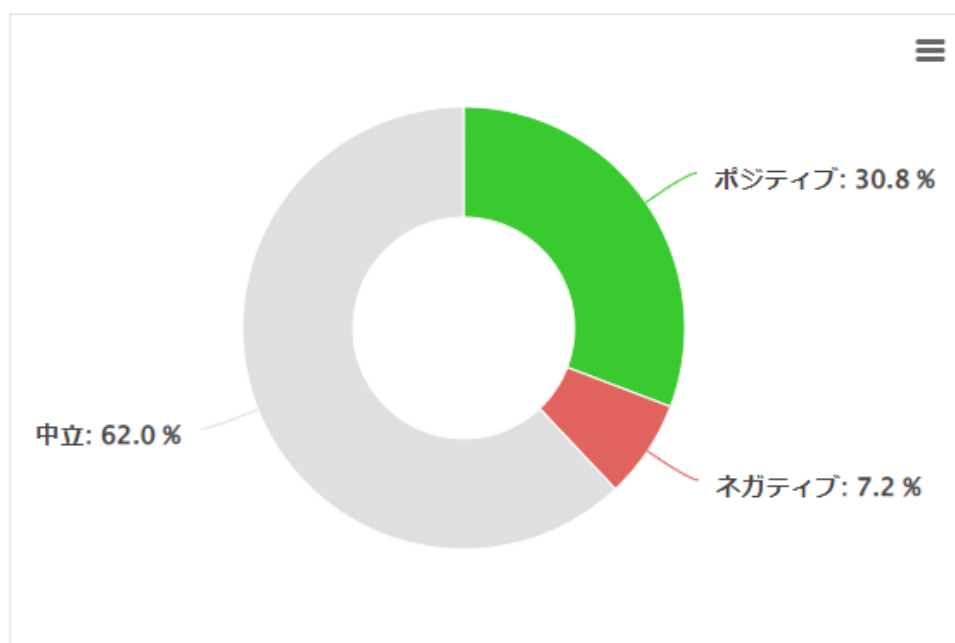
階層的クラスタリング

文章中での出現傾向が似た単語をまとまりとしてとらえられるよう樹形図で表したものです。グループは色分けして表示しています。



文書全体を分析し、感情の傾向を可視化しています。「ポジネガ」は、文章に含まれるポジティブな感情の文とネガティブな感情の文の存在比を示しています。「感情」は、文章に含まれる各感情の度合いを数値に換算しています。なお、各感情の数値は、全ての感情の平均値を50%とした偏差値です。

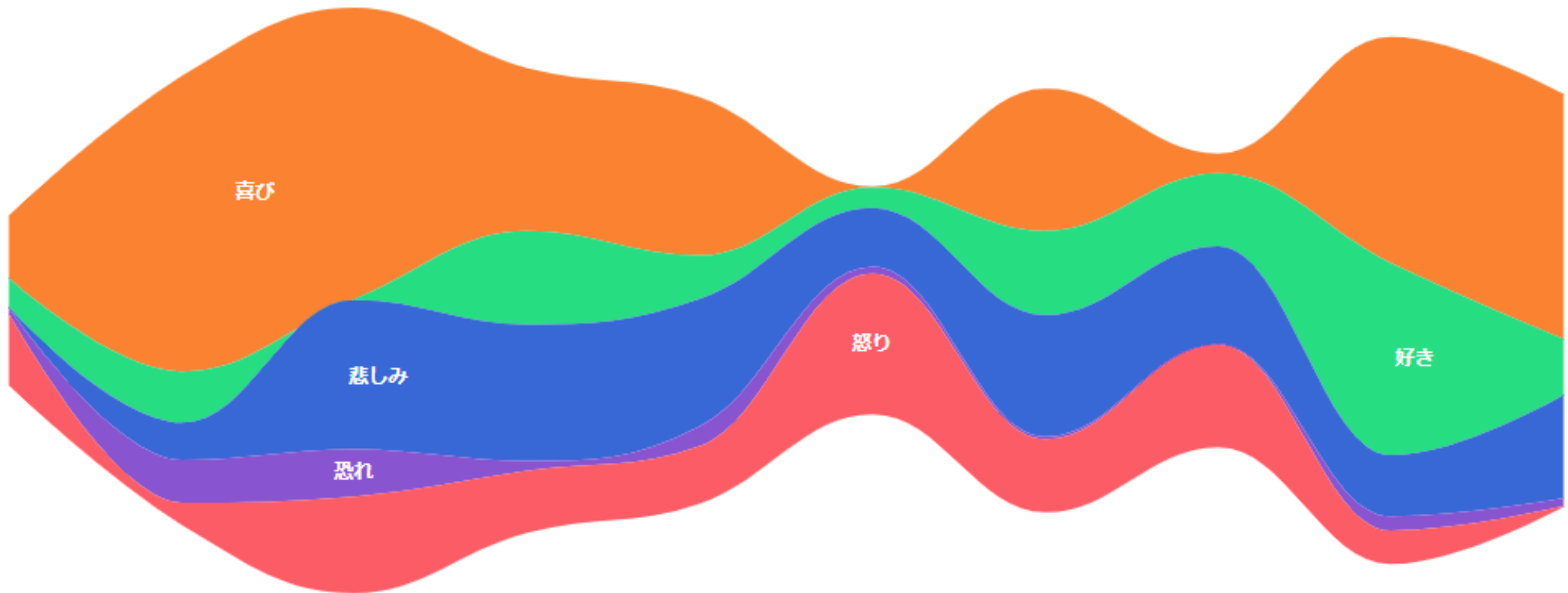
ポジネガ



感情



文書を分割して分析し、感情の起伏の推移を時系列的に可視化しています。各感情はその度合いが大きいほど、領域の縦幅が大きくなります。また、グラフの左端が文書の先頭を表しており、右に進むほど終わりに近づきます。



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 | 43 観光検索キーワード 各観光キーワードの推定広告CPC | 90 SNSでの観光キーワード 発言ユーザーの地域 |
| 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 | 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 | 91 SNSでの観光キーワード 発言ユーザーの都道府県 |
| 03 各観光地の観光客 観光客のスマホの国、地域 | 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 | 92 SNSでの観光キーワード テキストマイニング |
| 04 各観光地の観光客 観光客のスマホの前後の移動範囲 | 46 観光検索SEO 各観光サイトのドメインSEOスコア | 93 SNSでの観光キーワード SNSアカウント分析 |
| 05 各観光地の観光客 時間帯・性別来訪者属性分析 | 47 観光検索SEO 各観光サイトのページSEOスコア | 94 MAP 観光マップ×目的地分析 |
| 06 各観光地の観光客 時間帯・年代別来訪者属性分析 | 48 観光検索SEO 各観光サイトの全被リンクの解析 | 95 MAP 観光マップ×From-to分析(宿泊者) |
| 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 | 49 観光検索SEO 各観光サイトの消失被リンク | 96 MAP 観光マップ×宿泊施設 |
| 08 各観光地の観光客 平日のみの来訪者属性分析 | 50 各観光サイト WEBアクセス数 | 97 MAP 観光マップ×外国人訪問分析 |
| 09 各観光地の観光客 休日・祝日のみの来訪者属性分析 | 51 各観光サイト WEBデバイス分布 | 98 MAP 観光マップ×外国人滞在分析 |
| 10 各観光地の観光客 市区町村別来訪者居住地分析 | 52 各観光サイト 期間セッション数 | 99 MAP 観光マップ×外国人メッシュ |
| 11 各観光地の観光客 町・丁番地別来訪居住地分析 | 53 各観光サイト 期間ユニーク訪問者数 | 100 MAP 観光マップ×外国人入国空港分析 |
| 12 各観光地の観光客 来訪者のリピーター率 | 54 各観光サイト WEB滞在時間 | 101 MAP 観光マップ×外国人出国空港分析 |
| 13 各観光地の観光客 F2転換率 | 55 各観光サイト WEB直帰率 | 102 MAP 観光マップ×外国人移動相関分析 |
| 14 各観光地の観光客 F3転換率 | 56 各観光サイト 1訪問当たりの平均ページビュー数 | 103 観光youtube Overall score:Medium |
| 15 各観光地の観光客 曜日別来訪者推移 | 57 各観光サイト 月別訪問者数 | 104 観光youtube Volume |
| 16 各観光地の観光客 最寄り駅の交通の推移 | 58 各観光サイト 週別訪問者数 | 105 観光youtube Competition |
| 17 各観光地の観光客 滞在人口分析 | 59 各観光サイト 日別訪問者数 | 106 観光youtube Highest Views |
| 18 各観光地の観光客 自動車・平日のみの主要動線分析 | 60 各観光サイト 流入チャネル経路 | 107 観光youtube Avg Views |
| 19 各観光地の観光客 自動車・休日のみの主要動線分析 | 61 各観光サイト アクセス流入元 | 108 観光youtube Avg Subscribers |
| 20 各観光地の観光客 徒歩・平日のみの主要動線分析 | 62 各観光サイト direct流入数 | 109 観光youtube Added last7days |
| 21 各観光地の観光客 徒歩・休日のみの主要動線分析 | 63 各観光サイト E-mail流入数 | 110 観光youtube CC |
| 22 各観光地の観光客 通行者全体の通行人口分析 | 64 各観光サイト Referrals流入数 | 111 観光youtube Avg Age |
| 23 各観光地の観光客 自転車の通行人口分析 | 65 各観光サイト オーガニック検索からの流入 | 112 観光youtube Times in Title |
| 24 各観光地の観光客 徒歩の通行人口分析 | 66 各観光サイト ソーシャルトラフィック | 113 観光youtube Times in Desc |
| 25 各観光地の観光客 性別通行人口分析 | 67 各観光サイト 訪問者の性別の分布 | 114 観光youtube Top Creator |
| 26 各観光地の観光客 年代別通行人口分析 | 68 各観光サイト 訪問者の年代の分布 | 115 地域消費データ 「イベント」チケットおよび都道府県別の売上推移 |
| 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 | 69 各観光サイト 選択期間内の合計ページビュー数 | 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 |
| 28 各観光地の観光客 15分以上滞在・性別滞在人口分析 | 70 各観光サイト 検索エンジン別トラフィック | 117 顧客CRM LINE IDの名前 |
| 29 各観光地の観光客 30分以上滞在・性別滞在人口分析 | 71 各観光サイト サイトから見た検索ワード数 | 118 顧客CRM 性別 |
| 30 各観光地の観光客 60分以上滞在・性別滞在人口分析 | 72 各観光サイト 他サイトとの比較分析と重複 | 119 顧客CRM 年代別 |
| 31 各観光地の観光客 15分以上滞在・年代別滞在人口分析 | 73 SNSでの観光キーワード インプレッション数 | 120 顧客CRM LINE流入元 |
| 32 各観光地の観光客 30分以上滞在・年代別滞在人口分析 | 74 SNSでの観光キーワード エンゲージメント数 | 121 顧客CRM 各クリック数 |
| 33 各観光地の観光客 60分以上滞在・年代別滞在人口分析 | 75 SNSでの観光キーワード クリック数 | 122 顧客CRM 居住地域 |
| 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 | 76 SNSでの観光キーワード リツイート数 | 124 顧客CRM 好みの旅行 |
| 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 | 77 SNSでの観光キーワード 新フォロワー数 | 地域消費データ サービス業 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 | 78 SNSでの観光キーワード プロフィールアクセス数 | 地域消費データ 小売業 1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 | 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 飲食業 10ジャンル別の売上推移 |
| 38 各観光地の観光客 訪問者が学生か否か | 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 宿泊業 7分類別の売上推移 |
| 39 観光検索キーワード 各観光キーワードの検索数 | 81 SNSでの観光キーワード 月別キーワードのトレンド | 観光ネット広告 IMP、CTR、CVRなど20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 | 82 SNSでの観光キーワード 曜日別キーワードのトレンド | 観光LINE広告 IMP、CTR、CPCなど32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 | 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FB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 | 84 SNSでの観光キーワード 合計のツイート数 | 観光Instagram広告 CPA、CPC、CPMなど8種 |
| | 85 SNSでの観光キーワード 日別ツイート数 | 観光Twitter IMP、エンゲージなど9種類 |
| | 86 SNSでの観光キーワード 月別ツイート数 | |
| | 87 SNSでの観光キーワード 曜日別ツイート数 | |
| | 88 SNSでの観光キーワード 時間帯別ツイート数 | |
| | 89 SNSでの観光キーワード 発言ユーザーの性別 | |

東武トップ 今後の開発・・・多言語AIアバター



観光案内を多言語AIで実施する予定

昨年の生成AIの急速な技術進化により、

DXの競争力 = AI技術力

となった。

スマホの中の観光AIガイドが

- ・文字と音声で
- ・多言語で
- ・できればアバターで



が、観光DXの方向性であり、東武トップツアーズは

山口県美祢市、富山県魚津市、山形県西川町などで実績をもち
現時点では、観光業の中でトップの優位性を持っているが、

一方、全産業でAIが主戦場になり、技術進化が早い開発競争になっている。

正確な 東武AI 「U-BOT」の販売&改善開発

正確なAI:観光や住民問い合わせに対応
逆から読むと U-BOT → TOBUになります



(仮ロゴです)

U-BOT
Your AI with You



自治体のゆるキャラなどのアバターが会話する



TOBU TOP TOURS 