

AIインクルージョン推進会議（第8回）

「地域・地方の課題解決」における
人流データ（ロケーションビッグデータ）活用事例
株式会社ナイトレイ



代表取締役 石川 豊

Nightley Inc. Confidential & Proprietary

代表プロフィール



株式会社ナイトレイ

代表取締役 石川 豊 (Yutaka Ishikawa)

- 1983年 新潟市生まれ (36歳)
- 2005年 ネットエイジ (現ユナイテッド) 新卒入社
新規WEBサービス立ち上げ・運営、インターネット広告事業を経験
日々データを活用した業務推進の重要性を体感する
- 2011年 ナイトレイを創業、シード資金調達
- 2012年 ロケーションデータに特化したデータ収集・解析事業を開始
- 2013年 日本国内の消費者行動データや人気施設データを提供開始
- 2015年 「inbound insight」リリース、訪日外国人解析を開始
- 2016年 「inbound insight」リリース1年間で登録数3500社、大手と業務提携多数
- 2017年 約1.3億円の第三者割当増資を実施 (ニッセイキャピタル、SMBC等)
トヨタ自動車との業務提携を発表、MaaS領域に進出
- 2018年 三井住友カードと業務提携発表、決済ビッグデータをサービス化
- 2019年 地域課題解決支援ツール「LOCAL INSIGHT」正式リリース
スマートシティ領域に進出 (LINE協業、国交省モデル事業採択)

電通大学 データーアントレプレナー実践論 非常勤講師



Our VISION

□ ケーシオンビッグデータとテクノロジーの可能性に挑戦し
世界中に新たな驚きとイノベーションを届ける



会社概要



MISSION : 人々の生活を豊かに、社会をよりスマートに。

VISION : ロケーションビッグデータとテクノロジーで世界中に驚きを届ける

会社名	株式会社ナイトレイ
創業	2011年1月
所在地	東京都渋谷区南平台町15-11
代表取締役	石川豊
株主構成	経営陣 ニッセイキャピタル SMBCベンチャーキャピタル ネットエイジ、椎葉宏、等
従業員数	24名

insight事業
(観光領域・地域活性化支援)



ロケーションインテリジェンス事業
(モビリティ/スマートシティ領域)



R&D
(B2C領域・移動ニーズ創出)



旅マエ

旅ナカ

旅アト

情報収集
手段

携帯電話基地局データ(滞在調査)

カード決済データ(消費調査)

SNSデータ(旅行行動調査)

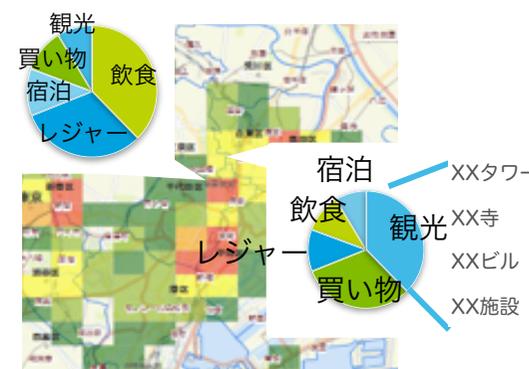
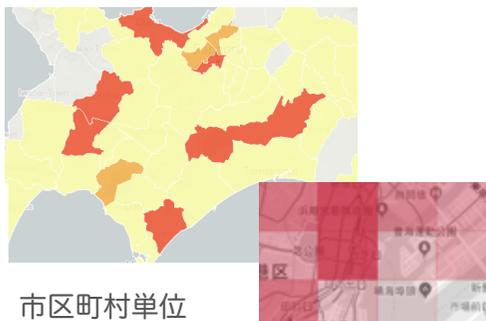
旅行申込方法
(個人or団体)

国籍/時間帯別の滞在者数や傾向

国籍別や時間帯別の消費金額

人気施設・カテゴリ

満足度
(内容別)



困りごと

旅行目的

携帯電話GPSデータ(周遊調査)

国籍別や時間帯別の消費店舗

訪問施設での消費行動

リピート
意向

訪日回数

前後滞在地や域内訪問エリア



- 百貨店 陶磁器 レジャー 航空・運輸
- 洋呉服 電気機器 サービス業 家具
- 身回品 医薬化粧品 病院・医院 料理飲食店
- 食料品 書籍 旅行代理店 玩具娯楽品
- 自動車 ホテル 貴金属 運動具小売



「浅草のたい焼きはかわいい」



「渋谷スクランブル・すごい人」

地域の
魅力な点

オープンデータ

観光ビッグデータ

オープンデータ

訪日外国人対策総合支援サービス inbound insight



inbound insight
インバウンド対策を成功に導く総合支援サービス

増え続ける訪日外国人の実態をビッグデータで解析
現状把握から効果的なソリューション選定までをサポート

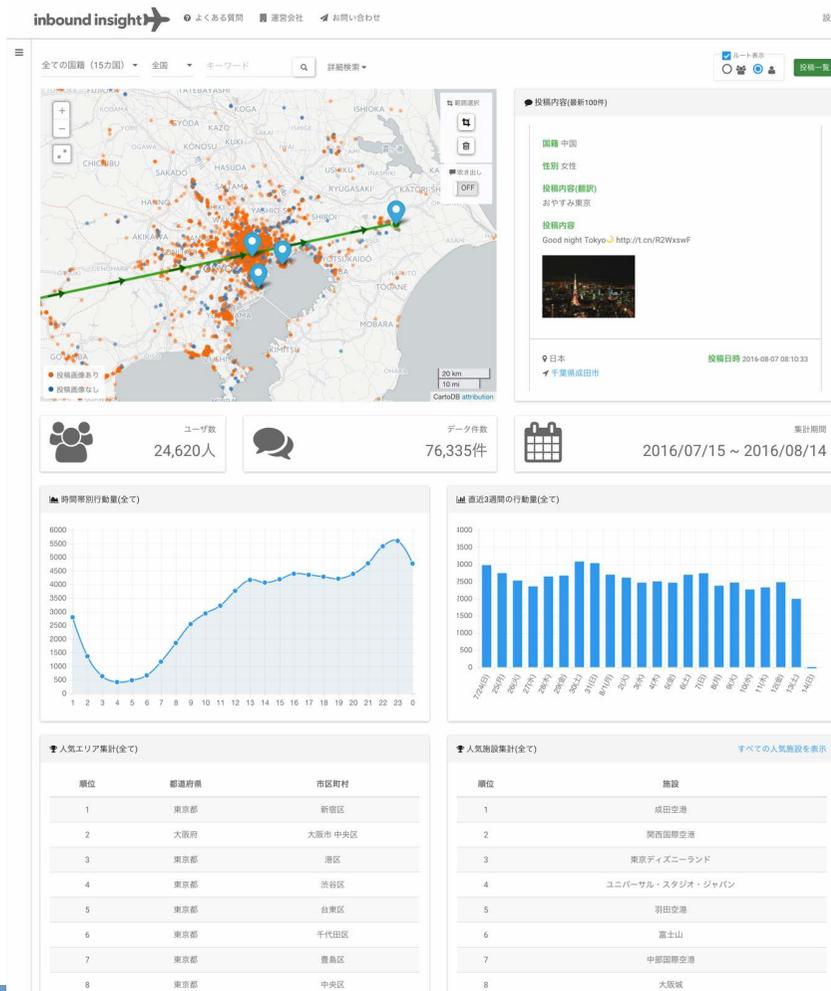
無料で試してみる >

inbound insight 無料プランに登録 お問い合わせ

サービス ニュース・レポート・ブログ 導入事例 セミナー 資料請求 ログイン

<https://inbound.nightley.jp/>

Nightley, Inc. Confidential & Proprietary



inbound insight よくある質問 運営会社 お問い合わせ

全ての国籍 (15カ国) 全国 キーワード 詳細検索

国籍 中国
性別 女性
投稿内容(翻訳)
おやすみ東京
投稿内容
Good night Tokyo <http://t.cn/R2WxwF>

ユーザ数 24,620人 データ件数 76,335件 集計期間 2016/07/15 ~ 2016/08/14

時間別行動量(全て)
日 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 0

最近3週間の行動量(全て)
7/24(日) 7/25(月) 7/26(火) 7/27(水) 7/28(木) 7/29(金) 7/30(土) 8/1(日) 8/2(月) 8/3(火) 8/4(水) 8/5(木) 8/6(金) 8/7(土) 8/8(日) 8/9(月) 8/10(火) 8/11(水) 8/12(木) 8/13(金) 8/14(土)

人気エリア集計(全て)
順位 都道府県 市区町村

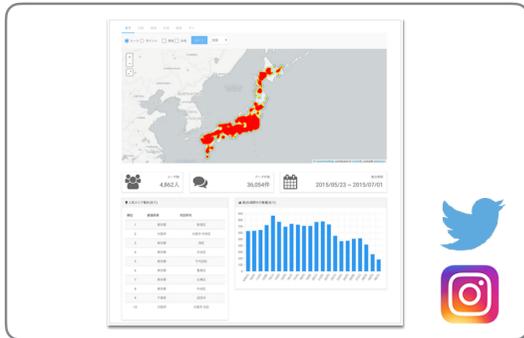
1	東京都	新宿区
2	大阪府	大阪市 中央区
3	東京都	港区
4	東京都	渋谷区
5	東京都	台東区
6	東京都	千代田区
7	東京都	豊島区
8	東京都	中央区

人気施設集計(全て) 全ての人気施設を表示

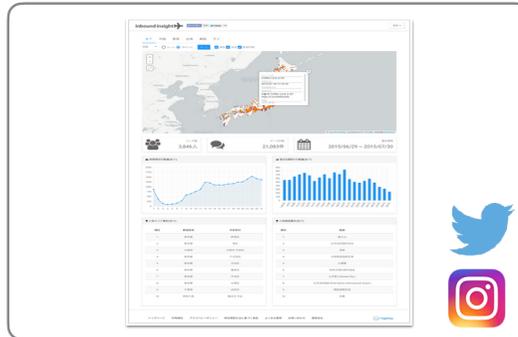
順位	施設
1	成田空港
2	関西国際空港
3	東京ディズニーランド
4	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
5	羽田空港
6	富士山
7	中部国際空港
8	大塚城

訪日外国人対策総合支援サービス inbound insight

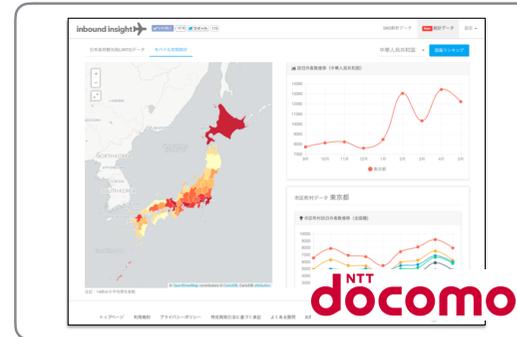
無料プラン (SNS解析)



SNS解析プラン



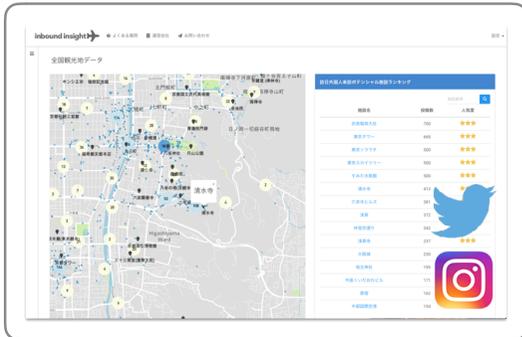
旅行滞在データプラン



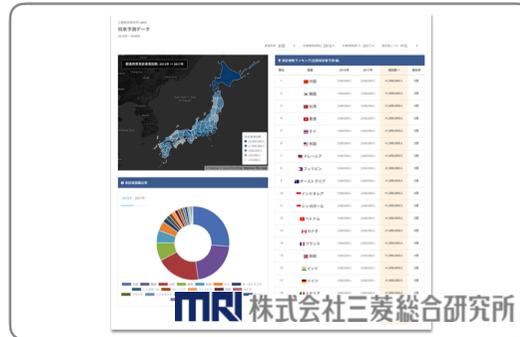
訪日消費データプラン



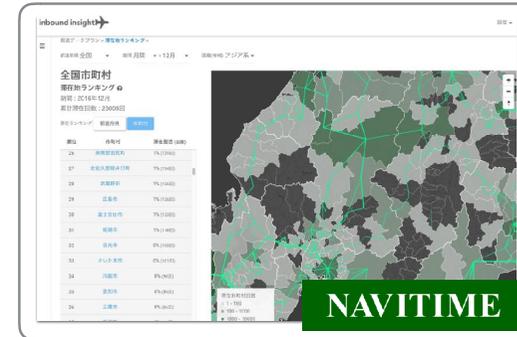
優先施設診断プラン



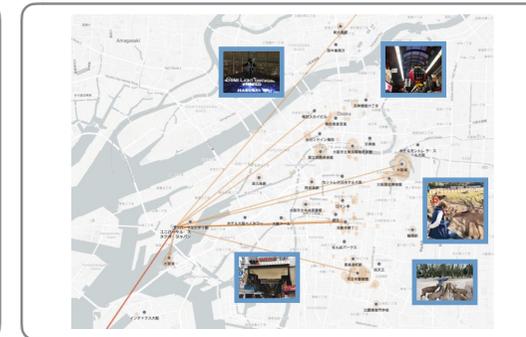
将来予測データプラン



周遊データプラン



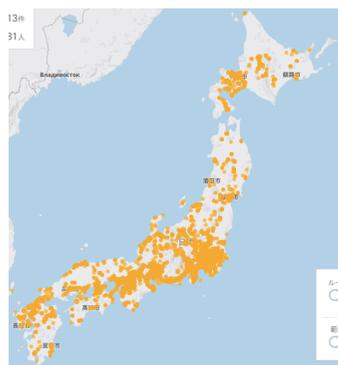
個別相談プラン



<http://inbound.nightley.jp>

訪日外国人の滞在・周遊・興味関心の解析

inbound insight



多様なビッグデータから
滞在・周遊を解析し可視化



SNS投稿をロケーション解析
興味関心・ニーズ分析

訪日外国人の消費実態解析データ

SMBC 三井住友カード

豊富な代理店網



訪日外国人の国内カード消費
50%以上をデータ解析可能

エリア別消費額



国籍別消費額



国籍・エリア・時間帯
施設・金額別など
多様な観点で解析可能

訪日外国人の滞在・周遊・興味関心の解析に加えて消費実態解析データを組み合わせ
企業・自治体向けにビッグデータ分析ソリューションを提供、日本中の地域消費活性化を支援

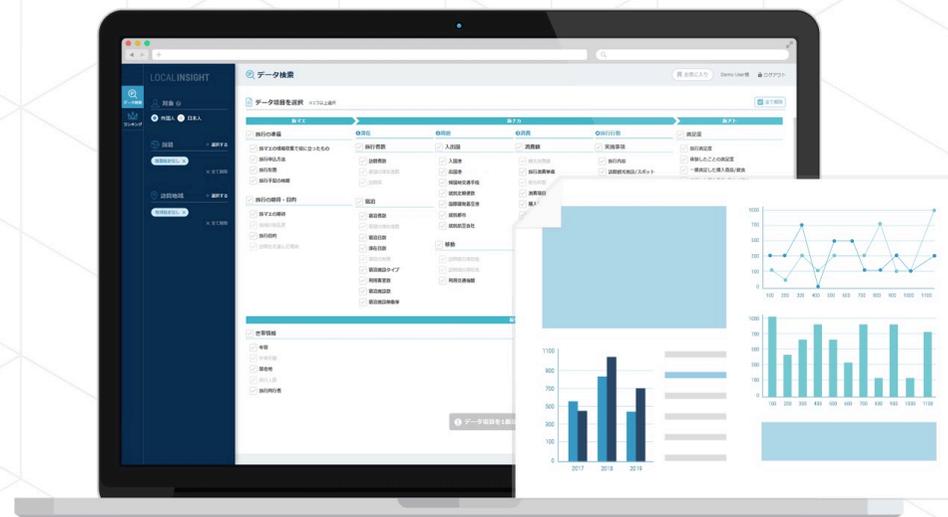
LOCAL INSIGHT

地域の課題分析を簡単に

地域に関連する様々な分野の膨大なデータを
ワンストップで収集でき、
分析・資料作成が簡単にできる
クラウドサービスです。

無料トライアル体験

資料ダウンロード



KINTETSU GROUP HOLDINGS

JERI 株式会社 日本経済研究所
Japan Economic Research Institute Inc.

All About Japan
全日本

OSAKA
大阪観光局

株式会社 タナベ経営

こころまちつくり
KEIHAN
京阪電車

株式会社 三菱総合研究所

■主な機能

① パーソナライズ観光案内

位置情報ビッグデータ解析技術を持つ株式会社ナイトレイ（本社：東京都渋谷区南平台町 15-11 代表取締役社長：石川 豊 ※2）より、福岡市の国籍別人気施設データの提供を受け、ユーザー毎にパーソナライズされた観光情報をレコメンド。「検索いらず・通訳いらず」でより個々人の嗜好にマッチした観光案内を実現するとともに、定番観光地だけではなく市内各地への分散送客とそこでの決済を促します。



国籍別人気施設データ提供



課題

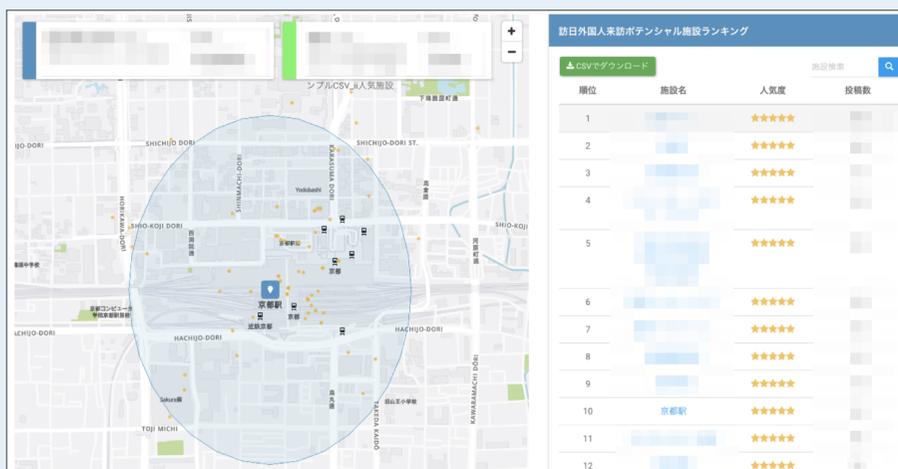
1 どのような目的で利用しているのか不明

2 駅ナカでどのような消費を行なっているのか不明

3 駅周辺でどのようなことに困っているのか不明

当社ソリューション（観光ビッグデータ）

周辺のSNS投稿データから施策を打つべき駅を特定できるWebサービスをご提供



優先施設診断プラン
アウトプットイメージ

人気施設ランキング

業務改善結果

A 注力駅の言語とスタッフの対応力を強化し満足度が向上

B 売店に外国人の嗜好に合った品揃えを充実させ売上向上

C ネガティブ投稿からサービスの改善と新サービスを開発

クチコミ投稿データを活用し 既存サービスの改善と新サービスを開発

課題

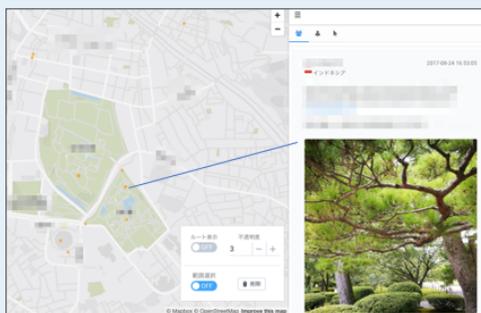
1 訪日外国人対策の根拠となる情報が不足

2 訪日外国人の移動経路が不明

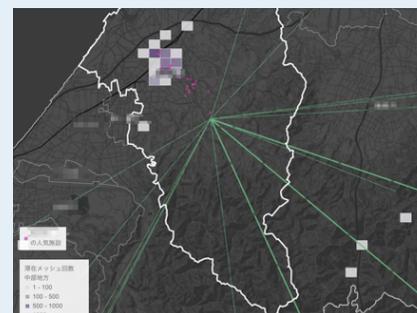
3 近隣自治体の現状が不明

当社ソリューション（観光ビッグデータ）

地域内の訪日外国人のSNS投稿と周遊ルート解析結果データを提供（Webサービス）



SNS解析データ
アウトプットイメージ



周遊解析データ
アウトプットイメージ

業務改善結果

A 新たな観光資源発掘

B 季節に合わせたイベントや観光戦略を策定

C 周遊ルート分析により把握した流入元地域と連携してPR

新たな観光資源の発掘と、流入元でのPR施策で外国人来訪者数UP

観光ビッグデータ活用事例：山口県観光スポーツ文化推進課



成功事例から学ぶインバウンド対策

レポートダウンロード

山口県観光スポーツ文化部スポーツ推進課インバウンド対策事例

2019.07.16



山口県は本州南西部に位置し、中国地方に属する県です。

観光分野では秋吉台や周防大島などの自然、元乃隅神社、瑠璃光寺五重の塔、萩城下町、錦帯橋などの日本の歴史、街並みを感じることのできる観光資源を多数有する県です。近年では体験型コンテンツ・ツーリズムの推進にも力を入れています。

[【無料】事例の詳細はこちらからダウンロード頂けます](#)

山口県観光スポーツ文化部スポーツ推進課

観光スポーツ文化部は、山口県への観光交流人口を一層拡大し、地域の活力を維持・創出していくため、観光・物産振興を軸としたスポーツ・文化・国際・交通など交流促進施策を一体的かつ強力に推進していくことを目的として活動しています。

今回の取り組みについて山口県観光スポーツ文化部 スポーツ推進課地域スポーツ班 森重信博様(4月から文化振興課)にお話を伺いました。



スポーツを通じて山口県へ訪日外国人を誘客

●スポーツ推進課がインバウンド対策を行う目的を教えてください

森重様：山口県へサイクリングツアーやスポーツを通じて訪日外国人をより一層誘客し、地域の活性化・雇用機会の増大・新たな需要を開拓。地域経済の発展を通して地域住民の生活の安定・向上に寄与することを目的としてインバウンド対策を行っています。

●どのような課題をお持ちでしたか？

森重様：山口県では、2016年よりサイクル県やまぐちProjectを発足。誰もが県内各地で四季を通じてサイクルスポーツを快適に楽しむことができる県を目指し活動を行っています。発足から3年が経過し、様々な可能性を探る中で「ターゲット国籍」をはっきりとは決めきれないという課題が浮かび上がりました。

サイクルツーリズムでは、現在来県している訪日外国人をターゲットとして当面の取り組みを進めてきました。より訪日外国人を誘客するためには「山口県に最適で、かつ、潜在的なターゲット」を把握し、戦略的にインバウンド対策を行う必要があると考えました。



※山口県でサイクリングツアーを楽しむ旅行者の様子

●ナイトレイにご相談をいただいた理由を教えてください

森重様：ナイトレイが特許を持つ、SNSを活用した観光動態調査・分析に興味をもったことがきっかけです。実際に打ち合わせをすると、山口県が当初考えていた「本県に最適で、かつ、潜在的なターゲット」の選定、SNSデータだけでなく、オープンデータや観光ビッグデータを活用した「サイクリングルートの策定」「最適なプロモーション方法・時期」などの積極的な提案を受け、ぜひサイクル県やまぐちのパートナーとなっていただきたく、観光動態調査・分析を依頼することとなりました。

データに基づくアクションの実行

●調査実施後はどのようなアクションにつながりましたか？

調査結果をもとにターゲット国籍の優先順位を意識したPR施策、地域の課題解決につながるコンテンツの整備を実行していくこととしており、その一部は既に着手しています。

具体的には、選定したターゲット国での観光雑誌、メディア掲載や商談会への集中アプローチ。ターゲット国籍を意識した市区町村周遊ボタリングマップの制作も進行中です。より快適にサイクリングツアーを楽しんで頂けるように導線を意識したレンタサイクル、サイクルエイドの整備も計画しています。

●その他の変化はありましたか？

データや数字をバックボーンとした潜在的なターゲット国の把握や施策の実施をすることができるようになりました。またターゲット国と同じ目線に立ったコンテンツの作成、訴求方法の選択を行う必要性も実感しました。今後は国籍間の比較や競合(ベンチマーク県)との成果比較などを、客観的なデータに基づき行っていきたいと考えています。

観光から地域経済の発展に

●最後にサイクル県やまぐちが目指す観光戦略を教えてください

サイクリングという特性上、大人数のツアーよりも少人数でもコンスタントに来県いただけたら、長期滞在をしていただける層をメインターゲットとして据え、観光戦略を推進していきたいと考えています。そのために山口県の魅力を的確に伝え、快適に過ごしていただける環境を整備していきます。また、観光を通じて山口県に住む人々の営みや生活文化、地域経済を発展させていきたいと考えています。

山口県「サイクル県やまぐちProject」観光動態調査の全体像

3つの視点

調査・分析

実施

WHO
ターゲット

優先的な国籍の選定
他地域と連携し取組む国籍の選定

WHAT
コンテンツ
エリア

サイクルートの選定
有望な観光スポットの選定

HOW
アプローチ

国籍に合わせたPR方法の選定
施策実施時期の検討
環境整備の検討

インバウンド
戦略

KPI検討

使用データ

SNSデータ、基地局データ、GPSデータ、オープンデータ

地域課題・周遊実績から 最適なサイクリングルートを策定

県内の自治体別課題分析
(昼間滞在×宿泊指数)



県内の自治体別課題分析
(訪日外国人昼間滞在×日本人観光客)



GPS/SNS
自治体別滞在場所分析



地域課題と周遊実績から策定したサイクリングルート

A	下関～北浦・山陽ルート
B	長門～萩～山口ルート
C	山口～防府～美祢～宇部周遊ルート
D	岩国～周防大島～徳山瀬戸内海周遊ルート

サイクルルート例：A

宿泊や観光地への誘客など、各市区町村が抱える課題を解決できるルートを作成

可能性の高いエリア。
サイクリング周遊の起点、終点にすることで宿泊客を増やす。

エリア。
サイクリングルートに組み込むことで、観光スポットをPRし昼間の滞在を増やす。

