

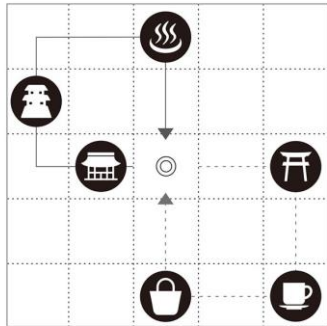
提案企業（団体）名 株式会社ジェーエムエーシステムズ（東京都）、株式会社ピース企画（東京都）

テーマ パルソナ統計データを利用した現状分析と観光における地域づくりの有効性検証

実施目的 ”満足度の高い観光地づくり”、新幹線開業後の稼ぐ観光実現に繋げる
(観光客、観光地の特徴分析に留まらない具体的な施策の立案と実施に使えるデータの生成)

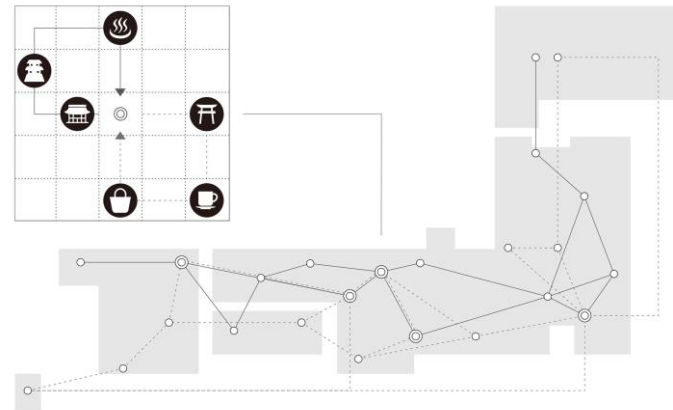
<従来の分析方法>

- ・ 来訪者の観光時（福井）の行動を分析



<今回の実証で実現したいこと>

- ・ 各来訪者グループの日常の行動（全国）からパルソナを算出
- ・ グループ毎の観光時の行動（福井）を分析
- ・ グループ毎の日常の行動（全国）を分析



各グループの趣味趣向・行動の違いに合わせた観光施策の立案と実施につながるデータの生成

連携先 福井県観光誘客課、福井県観光連盟

提案企業（団体）名 株式会社ジェーエムエーシステムズ（東京都）、株式会社ピース企画（東京都）

テーマ パルソナ統計データを利用した現状分析と観光における地域づくりの有効性検証

Q. CO-FUKUIに応募したきっかけを教えてください。

パルソナ分析サービス（LOGIO）をリリースし、自治体観光の活性化に有用なツールであるという検証をさせていただくと共に、新幹線開通を控える地元のために貢献をしたいという福井県出身メンバーの熱い思いがあり応募いたしました。

Q. CO-FUKUIで実証実験を行ってよかった点を教えてください。

観光誘客課様および観光連盟様の声をお聞きできたことは今後のサービス展開を考える中で非常にありがたい機会となりました。また、分析プログラムやデータの見やすさなど課題も明確になり、早急な改善を進める上での優先事項を見定めることができました。

Q. 本事業で何を実証したのか教えてください。また、その結果もあわせて教えてください。

観光客の観光地来訪時と来訪時以外（日常）の位置情報を分析することで、観光客グループ毎に趣味趣向・行動の違いがあること、各グループに適した効率的な観光施策の立案が可能であることを実証しました。

一例として、福井来訪者のうち40代グループは、観光時では他グループよりも「自然」「学び」に関連する俗にいう意識の高いイメージのスポットを好み、日常では他グループよりも「リフォーム」「進学塾」「靴販売店」等の施設ジャンル（そのなかでも意識の高いスポット）によく接触することが分かりました。

つまり、集客したいグループが日常的に接するスポット群に対しピンポイントで、当該グループの興味をひくイメージ戦略で、当該グループの好む観光スポット群をPRする効率的なアプローチが可能であると考えます。

Q. 今後、実証実験を行った事業をどのように展開していくのか教えてください。

観光誘客課様および観光連盟様をはじめ、地場の企業様に、新幹線開通後の県内新幹線停車駅を対象にした本ツール月次分析版を導入いただくなどで、効率的な集客やその効果測定を通じた稼ぐ観光にご活用いただきたいと考えています。

また、本ツール全体の展開としましては、今回の実証実験で見つかった課題の修正とともに、訪日外国人のパーソナ分析・全国一斉解析（＝他都道府県との比較）・分析結果提示の自動化（＝API化、AI化）などに取り組んで参ります。

関係者のコメント

観光誘客課 山田様
観光連盟 佐竹様

LOGIOでは、観光客が福井県内で訪れる観光スポットの関連性や、従来掴み切れなかった来訪時以外の普段の活動エリアを見ることができ、集客や観光プランの提案など観光施策の立案には有用だと思いました。

■プロダクトイメージ

- ・グループ毎の特徴
- ・当日/日常の分布情報

を可視化

