

三重県庁 御中

Social Studio 活用セミナー

2021年2月2日

ソリッドインテリジェンス株式会社



CHAPTER

00

登壇者・会社紹介

- ・デジタルマーケティングに関する調査事業、コンサルティング事業
- ・海外向けオンライン/オフラインリサーチ事業
- ・ソーシャルメディア（SNS）分析事業
- ・インバウンド/アウトバウンドにおけるコンサルティング事業

観光庁案件実績

2018年度	旅行者の受入環境整備に関するSNS等を活用した調査・分析業務
2017年度	旅行者の受入環境整備に関するSNS等を活用した調査・分析業務
2016年度	外国人観光客の受入環境整備に向けたSNS調査事業
2015年度	観光ビッグデータを活用した訪日外国人旅行者の行動・ニーズ調査

JNTO案件実績

2020年度	2020年度訪日旅行者の安心・安全に係る情報発信事業
2020年度	「Covid-19」に係る迅速かつ正確な情報発信事業
2019年度	グローバルキャンペーンの効果測定事業
2019年度	訪日興味・関心層拡大に向けたマーケティング・フレームワーク構築事業
2019年度	多言語ソーシャルリスニングと、海外向け災害情報発信
2018年度	中国におけるスノー旅行者に関する調査
2018年度	災害情報ツイッターの体制構築・運用事業
2017年度	グローバルにおける日本観光等への関心を測るデジタル調査分析事業（20市場）
2017年度	欧州および豪州における調査事業（欧州6か国FITおよびラグビーWC出場国）
2017年度	中国における訪日プロモーション事業
2016年度	中国における訪日プロモーション推進のための調査事業

自治体・DMO案件実績

2020年度	神奈川県、秋田県、三重県
2019年度	九州観光推進機構、大分県、宮崎県、熊本県南小国町、八幡平DMO、佐賀県唐津市、神奈川県
2018年度	青森県、岩手県、沖縄県うるま市、埼玉県川越市、新潟市、東京都府中市
2017年度	青森県、秋田県、岩手県、山形県、奈良県
2015年度	千葉県、北海道

広域周遊観光促進のための
新たな観光地域支援に関する専門家派遣事業

[illegible]

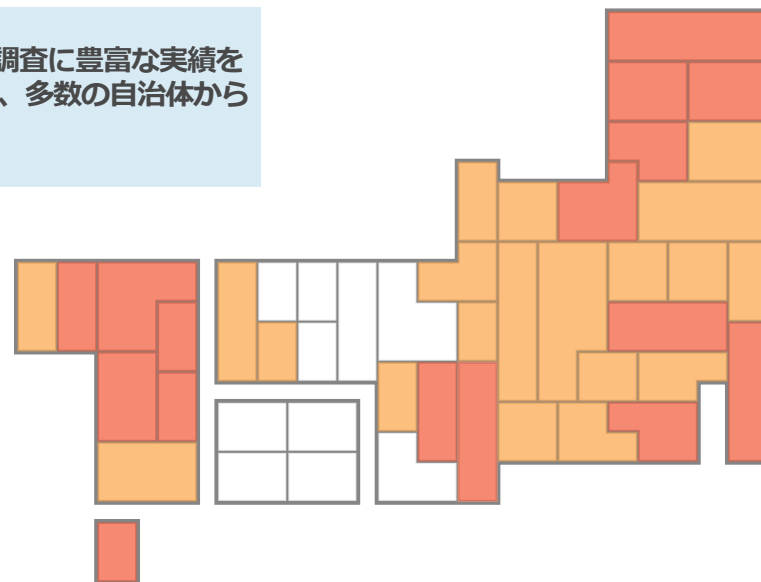
100名以上の専門家が認定されている中で、インバウンドにおける**海外ソーシャルメディア分析の専門家**に認定されているのは、**ソリッドインテリジェンス**だけ！！

(国土交通省 観光庁 観光地域振興課 平成 29 年 3 月)

[illegible]

提供事業者例の中で、グローバルの幅広いメディアを活用し、**多言語における定性調査を提供**しているのは、**ソリッドインテリジェンス**だけ！！

観光庁・JNTOをはじめ類似調査に豊富な実績を有しており、地方においても、多数の自治体から調査を受託しております。





丸野 敬

代表取締役社長

外資系IT企業にて、新規事業インキュベーション、デジタル放送黎明期におけるビジネス開発、コンサルティングに従事。2013年独立。2014年より、国外におけるマーケティング事業に携わり、欧米アジア11カ国の訪日観光客の動態調査・分析、新興国や開発途上国における日本製品浸透に向けたフィージビリティスタディなど、インバウンド/アウトバウンド両面で多くの国外調査・コンサルティングの経験を有す。2018年より観光庁専門家派遣事業にて、海外SNS分析分野で専門家認定。

原田 和馬

コンサルタント

東京外国語大学卒業。英語、中国語、フランス語など数多くの言語に精通する。インバウンド関連では、観光庁、JNTO、地方自治体、民間商業施設の訪日外国人のSNS調査・分析業務経験がある。グローバル企業のWEBアンケート調査業務、日本製品の消費状況に関する調査業務の他、大学と共同で実施した飲食についての消費者ニーズに関するSNS調査等の経験を持つ。

CHAPTER

01

ソーシャルリスニングの 概要と実践

ソーシャルリスニングとは何か

- ・ ソーシャルリスニングとは、TwitterやInstagram、Weibo等のSNS、ptt, Backpackers等の掲示板など、**ソーシャルメディア上にアップロードされた投稿データを、調査テーマに沿ったキーワードで検索・収集する調査手法**です。

【ソーシャルリスニングの特長】

1. アンケート調査などではとりづらい、**ユーザーの生の声を収集できます**
2. 投稿に含まれる表現から、**ユーザーのセンチメントに関する情報を収集できます**
3. 想定外の話題の盛り上がりなど、旅行の楽しみ方に関する**潜在的な情報を収集できます**

・ ソーシャルメディアの例

SNS	友人・知人、同一コミュニティや趣味などで社会的なつながりをもてるサービスであり、様々な情報発信や情報交換が可能	Twitter、Facebook、Weibo、Instagramなど
ブログ	ウェブログの略称で、1対多で情報を発信できるメディアである。情報量が多い特徴がある。	Sina blog、Pixnet、Naver Blogなど
口コミサイト/ 掲示板	商品やサービスなどに対して、広く個人の意見を収集するWEBサイトの総称。旅行関係のQ&A情報が見られることが多い。	Tripadvisor、Ptt、Backpackers.comなど
ニュースメディア	報道機関や専門企業が発信するニュースサイト。最近はソーシャルメディア化が進んでいる。	CNN、NewYorkTimesなど

ソーシャルリスニングの流れ

調査の流れ

データの取得

- 調査に使用するキーワードを作成します。キーワードの作成・設計は訪日旅行者の分析業務に経験豊富なアナリストが担当し、収集対象とする話題を抜け漏れなく収集できるよう工夫してキーワードを作成します。
- 作成したキーワードを用いて、専用のツールで投稿データを収集します。



データの確認・ 不要データ排除 (クレンジング)

- アナリストが収集されたデータの内容を確認し、分析に不要なデータ（ノイズ）がどの程度含まれているかをチェックします。
- 収集したデータにノイズが含まれていた場合、キーワードの見直しなどを通して分析に不要なデータを排除し（クレンジング）、分析に使える投稿データを抽出します。



確定データ作成 分析・報告

- クレンジング後のデータは調査項目ごとにデータベース化し、保存します。
- 作成したデータベースを元に、時系列グラフの作成や投稿の抽出・読み込みなど、各種定量・定性的な分析を行って、得られた示唆をまとめます。

【ポイント】

- ソーシャルリスニングでは、**調査に使用するキーワード設計の巧拙と、クレンジング作業の質が、収集できる投稿データひいては調査結果の質を左右します。**
- 今回の調査では、各国の旅行者の分析業務に経験豊富なアナリストがキーワードの設計を実施しています。**表記方法が数パターンある場合はそれぞれのパターンを考慮してキーワード設計を行い、収集したい話題に関する投稿を最大限網羅します。
- クレンジング作業においても、類似事業の豊富な実績と知見に基づいて不要データの削除と確認を繰り返し、高品質なデータの収集を目指します。

導入しているツール（Social Studio）の紹介

Salesforce社 “Social Studio”

- ・ ソーシャルリスニングの老舗サービス “Radian6” をベースにした分析ツール
- ・ 世界56言語／248の国・地域の分析に対応
- ・ 主要SNSをはじめ、掲示板やブログ、レビューサイトなど、100万以上のメディアからデータを収集可能



ツールで対応している言語例

- ・ 仕様書指定の8言語（9種類）のほかにも、多数の言語で調査・分析が可能

日本語	英語	簡体字中国語	繁体字中国語
韓国語	タイ語	フランス語	スペイン語
ドイツ語	イタリア語	オランダ語	ポルトガル語
トルコ語	ロシア語	アラビア語	ヒンディー語
ベトナム語	マレー語	タガログ語	…など他多数

収集可能なメディア

- ・ Twitter, Facebook, Instagramなど主要SNS（Twitterは全量データ対応）
- ・ 国内外の主要Blog
- ・ 450以上の動画・画像共有サイト
- ・ 100万以上の掲示板サイト
- ・ 400以上のレビューサイト
- ・ 10万以上のメジャーニュースサイト

導入実績

- ・ 世界で2,000社、国内200社以上の豊富な導入実績

分析可能なデータ

- ・ 掲示板やブログも含め、100万以上のメディア・サイトに対応
- ・ 56言語／248の国・地域の分析に対応
- ・ 過去36ヶ月前まで遡ってデータ取得可能

機能・特徴

- ・ ワークベンチで分析結果の深堀が可能
- ・ 操作性の高いユーザーインターフェースを搭載、翌年度以降の自主運用も容易
- ・ 分析に加え、ユーザーとのやり取り・投稿の発信など、一連の作業を単一プラットフォーム上で提供可能

ソーシャルリスニングを活用すること

各国SNSで話題の観光資源

- 観光資源別に話題量を調査し、各市場ごとにどの観光資源が盛り上がっているのかを調査

訪米者インバウンドデジタルマーケティング事業-SNS調査報告書
キーワード別件数（一覧）

キーワード	件数	件数	件数	件数	件数
A01 旅行	5,306	2,040	209	53	2,302
A02 旅行	3,445	1,017	116	25	1,248
A03 旅行	1,173	417	34	7	458
A04 旅行	80	18	0	0	18
A05 旅行	162	86	7	0	93
A06 旅行	690	261	24	2	287
A07 旅行	113	29	5	0	34
A08 旅行	692	40	1	0	41
A09 旅行	206	66	5	0	61
A10 旅行	137	34	5	0	39
A11 旅行	24	7	1	0	7
A12 旅行	24	7	1	0	8
A13 旅行	48	10	0	0	10
A14 旅行	37	9	0	0	10
A15 旅行	40	14	0	0	14
A16 旅行	1,331	413	67	15	495
A17 旅行	10	3	0	0	10
A18 旅行	7	2	0	0	2
A19 旅行	20	9	1	0	19
A20 旅行	33	14	4	0	18
A21 旅行	20	9	0	0	20
A22 旅行	17	4	0	0	4
A23 旅行	17	4	0	0	4
A24 旅行	26	10	0	0	10
A25 旅行	783	234	69	12	316
A26 旅行	400	139	14	2	155
A27 旅行	36	3	0	0	36
A28 旅行	67	36	3	0	41
A29 旅行	2,346	437	32	13	462
A30 旅行	352	122	8	5	135
A31 旅行	47	9	3	0	12

訪米者インバウンドデジタルマーケティング事業-SNS調査報告書
地名キーワード・盛り上がった投稿例

4. 高橋 (Hasegawa) (4/8/2019)

「高橋」は「高橋」ではなく「高橋」の自然風景を取り上げた写真が話題となり、美しい自然の風景が海外のSNSユーザーにも話題となっている投稿がいくつかある。

「高橋」では、マスコットキャラクターである「高橋」の投稿が話題となっている。

5. 高橋 (Hasegawa) (4/8/2019)

「高橋」は「高橋」ではなく「高橋」の自然風景を取り上げた写真が話題となり、美しい自然の風景が海外のSNSユーザーにも話題となっている投稿がいくつかある。

「高橋」では、マスコットキャラクターである「高橋」の投稿が話題となっている。

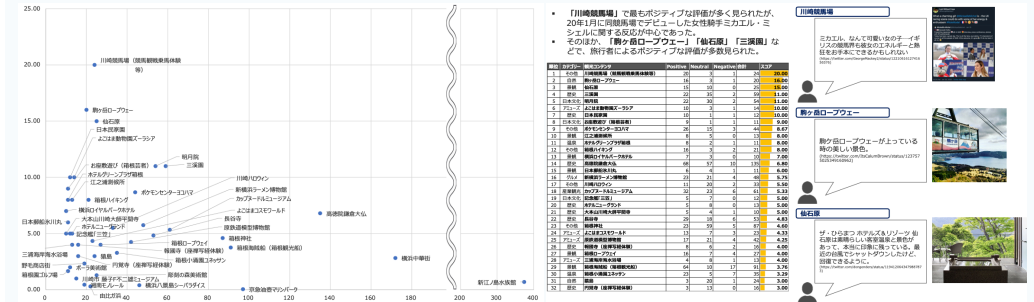
6. 高橋 (Hasegawa) (4/8/2019)

「高橋」は「高橋」ではなく「高橋」の自然風景を取り上げた写真が話題となり、美しい自然の風景が海外のSNSユーザーにも話題となっている投稿がいくつかある。

「高橋」では、マスコットキャラクターである「高橋」の投稿が話題となっている。

隠れた高評価コンテンツの発掘

- 観光コンテンツごとにポジネガ別の話題量を収集、話題量が少ないながらも評価の高い隠れたコンテンツを発掘



旅行者の生の声・感想の抽出

- 観光コンテンツに関する感想や反応投稿の抽出・翻訳
- 旅行者の周遊状況の抽出

海外旅行者の反応・白桦市

「白桦市」に関する投稿の抽出結果。投稿内容は、白桦市の風景、食事、観光情報など。投稿者は、主に海外からの旅行者で、投稿内容は、白桦市の魅力を伝えるものが多い。

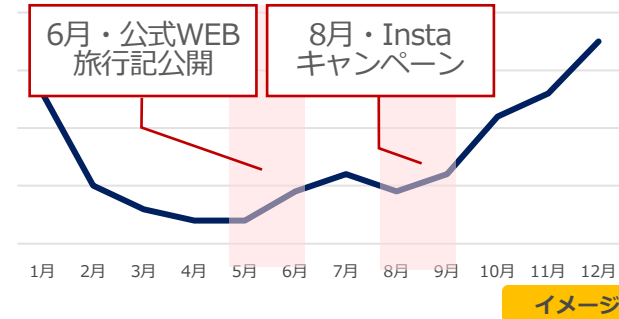
トラベルジャーニー (4/8)

「トラベルジャーニー」に関する投稿の抽出結果。投稿内容は、旅行の思い出、旅行の計画、旅行のアドバイスなど。投稿者は、主に海外からの旅行者で、投稿内容は、旅行の魅力を伝えるものが多い。

プロモーション・イベント効果の測定

- イベント期間中の話題量の推移などから反響を可視化

「#VisitXXX」話題量の推移

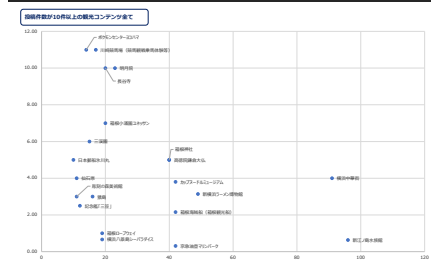


県で実施している「1000通りのツアー」事業のプロモーション効果検証、ならびに今後の県の観光マーケティング戦略に活用できるデータを収集すること目的に、神奈川県内200以上の観光コンテンツに関してソーシャルメディア上の話題を日本語・英語・中国語（簡体字・繁体字）・9市場を対象に調査した。

19



旅行者移動ルート分析



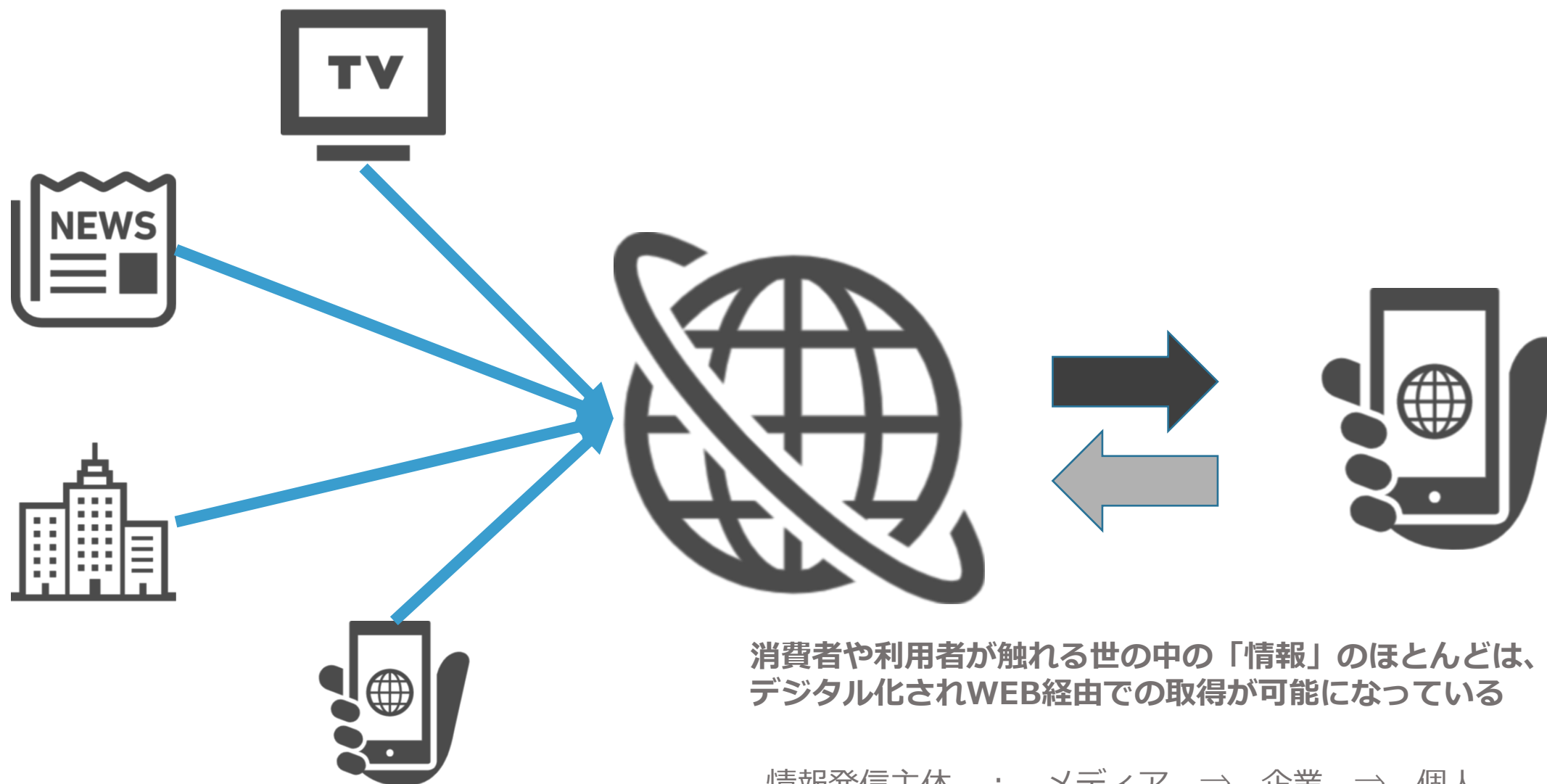
高評価コンテンツの発掘・ 認知度評価マップの作成

観光資源別の話題量からポジネガ別の評価、共起語の分析、受け入れ環境に関する話題の収集など、幅広い調査メニューを活用して調査を実施し、各市場において今後のプロモーション戦略立案に有効な知見を提供することができた。

CHAPTER

02

インバウンド分析における デジタルデータ活用事例紹介



企業（団体）におけるソーシャルメディアの活用例

目的	内容	一般的な主管部署
情報発信	SNSで情報発信を行い、自社ホームページへ誘導することにより従来のインターネット広告より安価にかつ良質なユーザーを集客する	- ブランド担当 - マーケティング部門
リスクの管理	- 自社関係者(社内・競合含む)の投稿を把握する - 顧客の商品への不満を把握する - 自社に関連する風評を把握する	- ブランド担当 - 広報部門
モニタリング	- 自社のイベントやPR、マーケティング活動の波及効果を把握する - 競合他社のイベントやPR、マーケティング活動の波及効果を把握する ニュースメディアの報道量、報道論調を把握する	- ブランド担当 - マーケティング部門
トレンドの把握	トレンドワードの盛り上がりや盛り下がり、牽引者や主要因を把握する 成功事例の起因と拡散の要因等を特定する	- マーケティング部門 - 戦略部門
消費者嗜好の抽出	- 消費者のインサイト、アイデアを抽出し、マーケティング活動や商品開発などに役立てる ECサイトの口コミ情報、ターゲットペルソナ等を把握する	- 商品企画 - サービス開発部門
カスタマーサポート	商品やサービスのサポートに要望や不満を持つユーザーに企業側から接触し、消費者の問題を解決する（アクティブサポート）	- 商品企画 - サービス部門

訪日旅行前の情報収集におけるソーシャルメディアの利用状況

✓ 2019年の海外20市場における訪日旅行前に役に立った旅行情報源の選択率は以下の通り。

訪日旅行前に役に立った旅行情報源（2019年）

	全国籍・地域	中国	韓国	台湾	香港	アメリカ	タイ	オーストラリア	フィリピン	マレーシア	シンガポール
	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率
日本政府観光局ホームページ	11.4	7.2	2.1	17.2	21.1	9.8	20.3	17.9	9.0	17.3	15.6
口コミサイト（トリップアドバイザー等）	16.3	14.0	5.7	10.8	15.4	36.1	19.9	41.8	23.2	25.7	41.2
SNS（Facebook/Twitter/微信等）	27.5	30.5	34.9	21.9	24.5	17.6	25.9	17.5	38.7	28.4	21.9
個人のブログ	28.1	11.5	50.6	35.9	29.4	25.1	21.4	19.9	27.8	25.3	19.5
動画サイト（YouTube/土豆網等）	16.0	6.2	11.2	14.8	18.8	37.1	23.0	31.8	31.4	28.0	22.4
旅行ガイドブック	12.5	10.7	9.0	13.1	10.7	17.5	9.8	19.9	13.8	12.5	10.9
自国の親族・知人	20.5	22.6	11.0	19.6	14.9	31.9	18.4	38.6	37.9	24.8	17.8
日本在住の親族・知人	9.1	7.9	4.7	6.9	5.1	23.2	8.6	13.3	21.5	10.7	9.1
旅行の展示会や見本市	1.0	0.4	0.1	1.8	0.7	0.4	3.8	0.6	1.2	4.9	0.4
テレビ番組	8.1	6.3	1.8	14.8	15.8	5.7	7.1	5.2	8.7	6.4	8.5
新聞	1.2	0.8	0.1	2.7	2.2	0.7	0.7	1.3	1.2	0.6	0.1
選択率延べ合計	244.1	206.1	198.6	263.9	273.7	286.9	265.2	332.9	297.6	294.0	246.8

	イギリス	カナダ	フランス	インド	スペイン	ロシア	ドイツ	イタリア	インドネシア	ベトナム	その他
	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率	選択率
日本政府観光局ホームページ	18.1	15.0	18.3	19.7	14.8	11.7	11.0	28.1	25.7	11.5	14.5
口コミサイト（トリップアドバイザー等）	47.2	42.8	31.3	34.7	21.5	34.9	36.0	23.6	34.7	12.7	31.3
SNS（Facebook/Twitter/微信等）	23.8	19.1	17.4	7.5	18.8	26.0	22.6	23.6	26.1	39.1	20.2
個人のブログ	27.7	27.3	27.9	17.5	44.1	27.8	36.2	30.8	27.3	11.4	25.1
動画サイト（YouTube/土豆網等）	31.8	38.7	27.1	19.2	38.4	30.6	37.5	21.8	37.8	15.0	37.5
旅行ガイドブック	29.8	19.2	30.1	14.4	29.1	15.1	30.8	31.2	15.2	30.5	20.1
自国の親族・知人	31.6	30.9	27.8	29.4	31.9	21.5	34.3	26.4	30.0	17.3	29.2
日本在住の親族・知人	19.9	16.9	15.3	23.1	26.1	19.0	23.5	15.1	19.8	15.5	20.6
旅行の展示会や見本市	0.0	0.4	0.3	0.5	0.8	0.0	0.4	4.2	4.4	2.0	1.2
テレビ番組	9.9	6.2	6.9	2.2	12.5	13.1	8.6	8.8	8.6	21.6	6.6
新聞	3.2	1.5	1.6	0.4	0.7	0.0	1.5	2.8	1.6	3.3	0.7
選択率延べ合計	357.9	320.7	296.2	277.3	357.1	303.8	338.6	311.6	330.5	302.8	305.6

※数値は複数回答の結果

※出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年」 参考11 国籍・地域（21区分）別 訪日旅行に関する意識（満足度など）【観光・レジャー目的】

インバウンドリサーチの課題・ソーシャルリスニングのメリット

インバウンドリサーチ実施の課題

- 決済データなどを個別に調査すると**コストがかかる**
- オープンデータでは都道府県単位や自治体単位でしかデータが拾えず、**スポット単位の反応が見られない**。全体的な粒度が少なく、地方が活用しにくい
- 旅行者の動向を定量的に把握することはできたが、**そのような行動をしている理由や背景がわからない**
- **他地域で展開されている施策や評判の詳細**を知りたい

ソーシャルリスニングのメリット

- **低コスト**で旅行者の話題や行動に関するデータを幅広く収集することが可能
- オープンデータでは追いきれない**個別の観光スポットやコンテンツに関する反応・話題も収集できる**
- 定量データと組み合わせることで、**定量的な傾向の背景にある旅行者の行動の理由を可視化**
- **他地域の話題も簡単に収集でき**、他地域で効果をあげている施策について実際の訪問者の評価を明らかにできる

インバウンドにおけるソーシャルリスニングとは、

個人（や団体）が発信する様々なオープン情報を収集・分析し、ターゲットとなるユーザーや業界における評判やトレンド、個人の興味や関心

ターゲットが日常的に触れているインターネット上の情報風景を量的質的な両側面から把握（理解）することである

インバウンド関連データには様々な調査方法が存在する

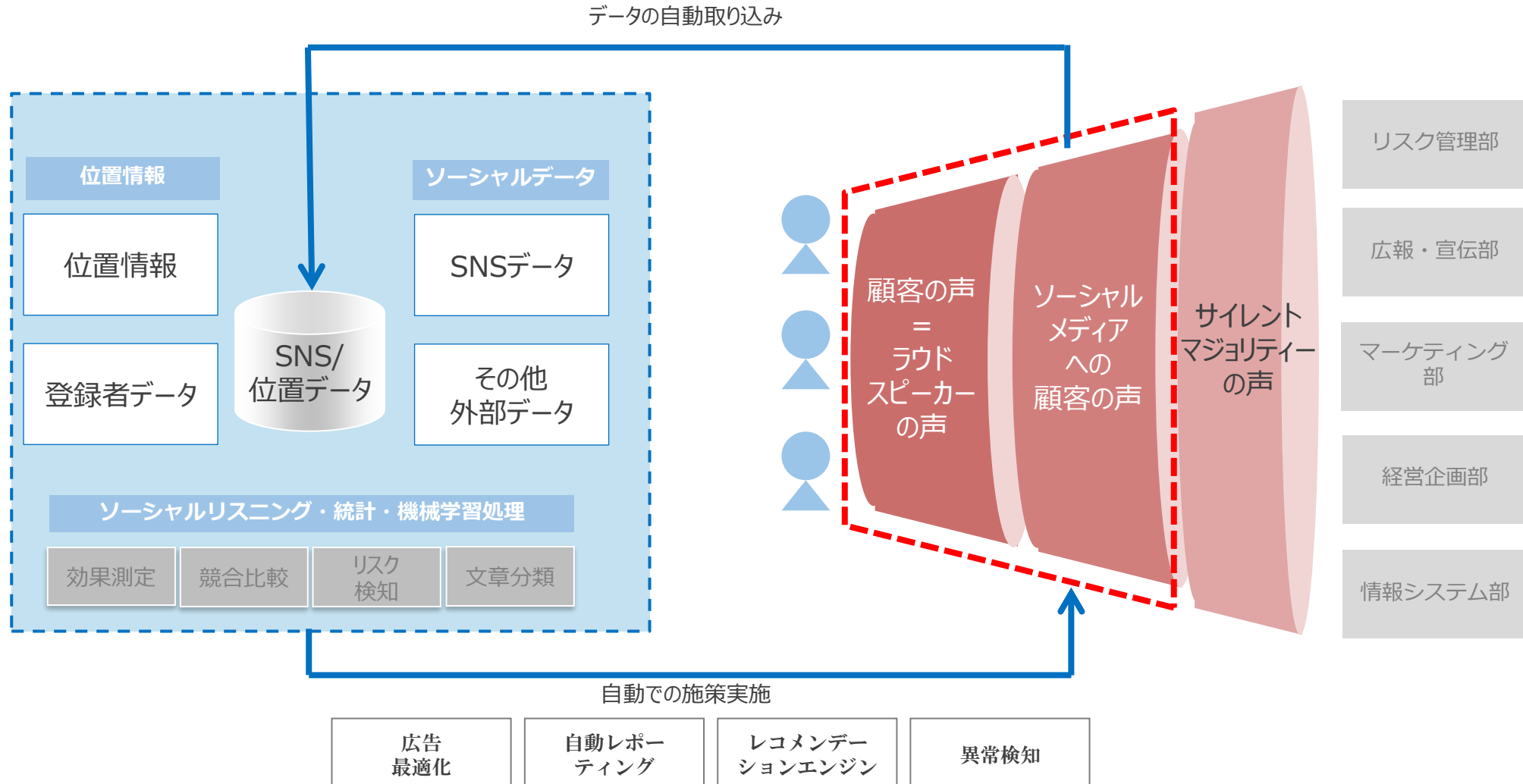
		オープンデータ	位置情報	決済情報	対面アンケート	WEBアンケート	SNS分析
データの特徴	概要	宿泊統計や消費動向調査など国の実施している調査や、海外各国の同様の調査結果、各調査会社の自主調査レポートなどを活用して調査	GPS・基地局データから外国人旅行者の移動事例を抽出・分析する	クレジットカードの利用履歴を活用した分析	対象とするスポットに訪れている旅行者に直接ヒアリング	対象国に在住しているモニターにオンラインで調査を実施する	キーワードや訪問者のロケーションに紐づいたSNS投稿を収集し分析
	強み	（公的機関が実施している調査の場合）データの信頼度が高い - 比較的低コスト・短時間で調査が可能	入込数の推計が可能	- 国内最大級のビッグデータ - キャッシュレス推進にも繋がる	「今まさに訪れている人」だから情報が鮮明 - 設問の誤認識防止	- 複数海外パネルを利用可能 - データ収集スピードが速い - 回答制御で誤回答防止	- 世界中の投稿データを収集可能、豊富なデータ量 - 具体的なコメントの質的な分析が可能
	明らかにできること	- 外国の行政の公式情報 - 海外トレンド	- 国籍別の来訪者数 - 経年の来訪者数比較	- 利用日・時間帯 - 市区郡別の売り上げ - 国籍別の推計 - 業種別の売り上げ - 地域の周遊実態	- 旅行消費額/認知経路 - 満足度/NPS - 再来訪意向/周遊実態	- 認知度・検討度 - 認知経路 - 来訪意向 - コンテンツ評価/興味関心	- ポジティブorネガティブコメント数 - 来訪要因 - シーズン別コメント数比較 - 言語・国籍別集計

目的に応じて最適なデータを組み合わせる事が大事

		オープン データ	位置情報	決済情報	対面 アンケート	WEB アンケート	SNS分析
旅 マ エ	具体的な評判	×	×	×	△	△	◎
	訪問動機	△	×	×	○	○	○
	認知状況	×	×	×	×	○	◎
旅 ナ カ	旅行者の分布	△	◎	△	×	×	△
	周遊状況	○	◎	△	○	△	○
	消費動向	○	×	◎	○	△	×
	具体的な行動	△	×	○	○	△	◎
	旅行者の評価	△	×	×	○	△	◎
旅 ア ト	話題のコンテンツ	×	×	×	×	×	◎
	旅行者の満足度	×	×	×	◎	○	○
	困りごと・不満	△	×	×	○	○	○
	再訪意欲	△	×	×	○	○	○

- それぞれの調査手法で得意／不得意とする分野が異なるため、目的に合わせた調査方法を検討することが重要
- SNS分析だけではなく位置情報・決済情報の分析や対面／WEBアンケートの実施も含めて、目的に応じ最適な調査を組み合わせるご提案いたします

目的に応じて最適なデータを組み合わせる事が大事



観光案件におけるソーシャルリスニング等の活用事例

JNTO

- ・市場別目的別現状把握（スキー客、深度游など）
- ・市場別プロモーションの効果測定
- ・RWC事前/欧州FIT調査
- ・20カ国における日本に関する認知度・話題内容調査
- ・災害情報発信/災害速報、
- ・マーケティングフレームワーク策定（市場別DMスキームの策定）
- ・イベント速報調査
- ・都道府県別に国別・地域別のリスニングデータ収集
- ・SNS情報発信におけるPDCAの策定

観光庁

- ・観光資源の発掘
- ・受入環境整備に向けた現状調査
- ・海外先進事例の調査
- ・災害時におけるリスニング

地方自治体・DMO

- ・観光資源の国別・地域別評判調査
- ・受入環境整備
- ・成功事例からのラーニングポイント
- ・デジタルマーケティング戦略策定に向けたコンサルティング
- ・プロモーション戦略策定
- ・プロモーション効果測定

- ・RWC本番調査（九州）
- ・コンテンツ開発
- ・日本人観光客と外国人観光客の違い分析
- ・観光客属性の精緻化（観光客率算出 ※日本人）
- ・インバウンドにおけるKPI/KGI等の設定など

データ活用と情報発信における運用支援

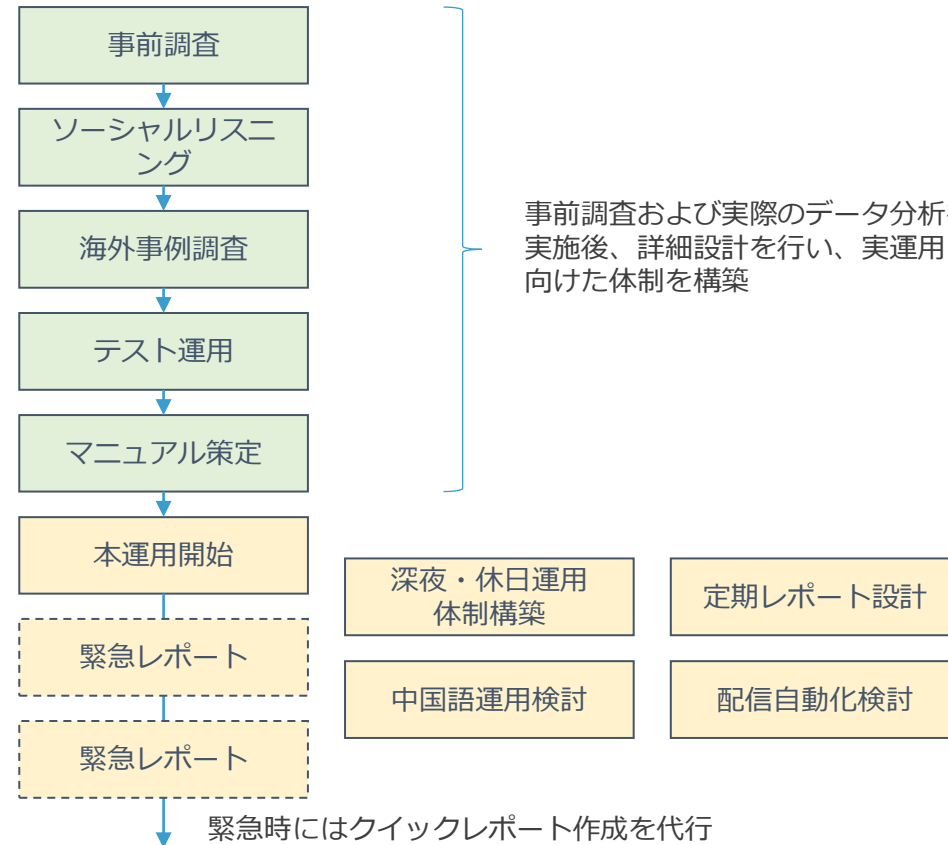
ソーシャルビッグ データ活用支援コン サルティング (運用支援)

膨大なソーシャルビッグデータの中から、お客様の業務にとって真に必要なデータを抽出するためのご支援を実施します。また、持続的な活用のための体制構築の支援等の継続サポートを実施します。

Japan Safe Travel (英語・中国語)



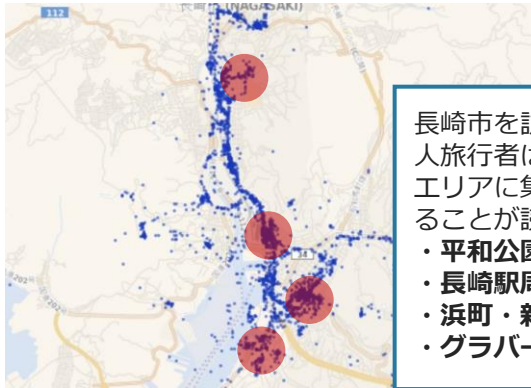
JNTOが運営する英語・中国語の災害
情報発信SNSにおいて、戦略策定・マ
ニュアル策定から情報発信まで担当



他調査との組み合わせ例 – 位置情報データ

位置情報データ

どこを訪れているか



長崎市を訪れる外国人旅行者は、以下の4エリアに集中していることが読み取れる

- ・平和公園周辺
- ・長崎駅周辺
- ・浜町・新地中華街
- ・グラバー園周辺

どう移動しているか



長崎市と福岡市間の移動では、以下の街に立ち寄っている旅行者が多い

- ・熊本市
- ・北九州市
- ・別府市
- ・由布市

ソーシャルリスニング

訪問地で何をしているか

長崎駅エリア

- ・駅周辺のホテルに滞在している旅行者による投稿が多く、観光の拠点として利用されている様子がうかがえる



浜町エリア

- ・近接する新地中華街と合わせて食べ歩き・食事を楽しんでいる様子が投稿されている



各地で何をしながら移動しているか



Kyoungjin Seo (https://www.instagram.com/chajang_seo/)

- ・韓国在住、男性
- ・妻と夫婦で九州旅行に訪れている



①熊本・山鹿温泉

妻の誕生日に合わせて旅館「善屋」で一泊。温泉と食事を楽しむ。



②太宰府天満宮・福岡市内

翌日は福岡県内を周遊。太宰府天満宮、福岡市内を観光し、福岡市内のホテルに移動。



③長崎

その翌日に長崎を訪問。めがね橋のハートストーンで記念撮影を楽しんでいる。

位置情報データとソーシャルリスニングを組み合わせることで、外国人旅行者が

- ・「なぜ訪れているか」
- ・「何をしているのか」

がわかり、施策の検討や改善点の発見に役立てることができる

具体的な旅行者の周遊例をソーシャルリスニングで補完し、訪れた旅行者がセットで訪問している各都市ではどのようなコンテンツを楽しんでいるか、どのようなテーマを持って旅行しているかを明らかにする

調査から施策の実行へ

各種調査の実施

SNS分析

対面
アンケート

WEB
アンケート

オープン
データ

位置情報

決済情報

分析・レポート作成



調査結果に基づきレポートを作成し、内容をご報告します。

- ・ キーワードごとの話題量
- ・ 話題量の推移
- ・ 盛り上がった話題の報告
- ・ ポジティブ・ネガティブな投稿例 等（テーマに応じ調整）

コンサルティング



調査結果の読み解き方や、データの活用方法についてご提言します。

- ・ 調査結果の読み解き方に関する助言・次の打ち手のご提案
- ・ デジタルマーケティングの実施に関する助言の実施
- ・ 組織開発の支援

施策立案・展開



PR会社などと連携し、調査の結果得られた知見に基づく施策を展開します。

- ・ 海外各国におけるPR事業を実施する企業とのコネクション
- ・ 調査結果に基づくPRメッセージの開発、スキーム構築

ソーシャルメディア（リスニング）活用のすすめ

ソーシャルリスニングはEBPM（Evidence Based Policy Making）に非常にむいています。

■ 街分析

街の話題の変遷を捕捉する。

- ・ 街の認知度や主要な話題はなにか。またそのトレンドは。
- ・ 観光客とあわせて住民の声を分析する
- ・ 政策に対する市民の評価（や理解）は得られているか。

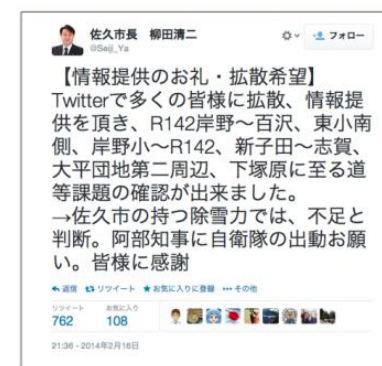
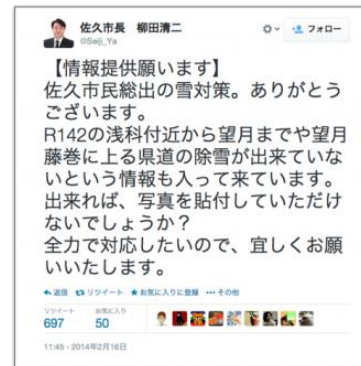
など

■ 県民（市民）の声を収集

- ・ 防災への応用
- ・ 目安箱の設置

など

III. ユーザーから情報を収集し、政策決定につなげる。



2014年2月の大雪、柳田佐久市長は、Twitterから状況確認し、政策決定に活かす。

ハッシュタグ等の利用を呼びかけることで、より正確な情報収集が可能に。埼玉県和光市は、災害時には、**#和光市災害**というタグを使用することを呼びかけている。



インバウンド利用における多言語基礎データの整備

■データ概要：各都道府県の都道府県名および代表的な都市名に関して、外国語での話題量を調査。

対象言語：英語、フランス語、中国語簡体字、中国語繁体字、韓国語、タイ語、スペイン語、ロシア語（8言語）

対象市場（国・地域）：アメリカ、イギリス、オーストラリア、カナダ、シンガポール、フィリピン、マレーシア、インド、フランス、中国、台湾、香港、韓国、タイ、スペイン、ロシア（16カ国）

対象メディア：Twitter、YouTube、ブログ、フォーラム、ニュースメディアなど
検索キーワード：都道府県名や代表的な都市名×旅行関連ワード

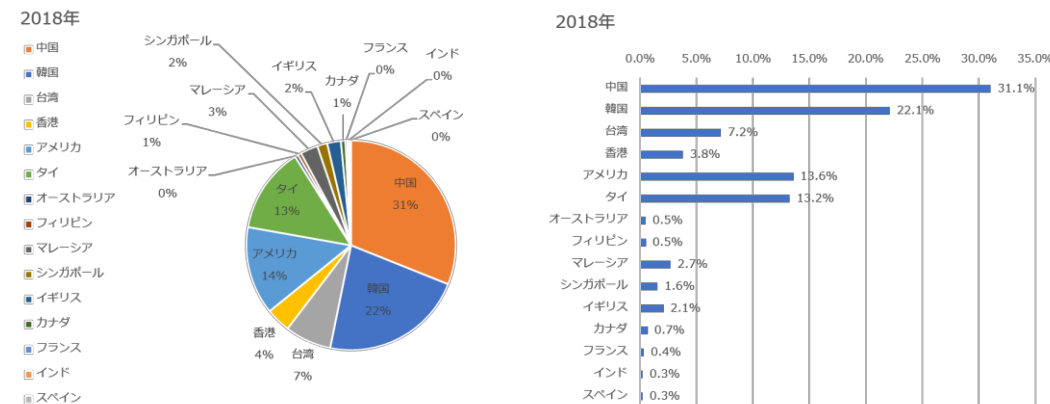
アメリカにおける話題量ランキング

2019年				
順位	都道府県	順位変動	順位	都道府県
1	東京都	→ 0	26	大分県
2	大阪府	→ 0	27	鹿児島県
3	京都府	→ 0	28	岩手県
4	神奈川県	↗ 1	29	熊本県
5	北海道	↘ -1	30	新潟県
6	千葉県	↗ 1	31	愛媛県
7	長崎県	↑ 7	32	青森県
8	沖縄県	↘ -2	33	岡山県
9	愛知県	↗ 2	34	茨城県
10	広島県	↘ -2	35	富山県
11	福岡県	↗ 1	36	群馬県
12	福島県	↘ -3	37	佐賀県
13	宮城県	↑ 7	38	和歌山県
14	兵庫県	↘ -4	39	香川県
15	栃木県	↘ -2	40	山口県
16	長野県	→ 0	41	宮崎県
17	岐阜県	→ 0	42	滋賀県
18	三重県	→ 0	43	島根県
19	静岡県	↑ 5	44	徳島県
20	奈良県	↗ 1	45	福井県
21	埼玉県	↘ -6	46	鳥取県
22	石川県	→ 0	47	高知県
23	山梨県	↑ 8		
24	秋田県	↘ -1		
25	山形県	↘ -6		

国や地域における話題量の比較①（北海道）

国	都道府県	2018年											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
中国	北海道	2	2	4	4	4	5	4	4	3	2	2	2
韓国	北海道	5	5	5	6	5	5	6	3	2	4	5	4
台湾	北海道	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2
香港	北海道	3	3	3	5	3	3	3	3	2	2	2	2
アメリカ	北海道	5	6	4	4	5	4	4	5	2	4	4	2
タイ	北海道	2	4	2	3	3	3	3	5	3	2	1	3
オーストラリア	北海道	4	4	6	6	4	4	6	6	2	5	5	3
フィリピン	北海道	5	4	5	6	7	4	5	2	3	5	3	1
マレーシア	北海道	4	5	4	4	4	4	3	2	3	4	3	1
シンガポール	北海道	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2
イギリス	北海道	4	5	4	4	5	4	6	5	2	4	5	2
カナダ	北海道	4	6	7	9	5	8	11	6	2	4	5	2
フランス	北海道	11	8	9	9	12	19	14	15	7	11	13	4
インド	北海道	6	6	4	5	9	7	12	8	4	7	4	2
スペイン	北海道	9	6	11	12	15	21	16	18	7	11	13	2
15カ国の平均順位		4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2

国や地域における話題量の比較②（北海道）



年間話題量ランキング（16市場合計）

✓ 2018年1月～2020年6月の16市場合計の年間話題量ランキングは以下の通り。

※順位変動は前年の順位との比較

2018年

順位	都道府県	順位	都道府県
1	東京都	26	栃木県
2	大阪府	27	埼玉県
3	北海道	28	鳥取県
4	京都府	29	秋田県
5	福岡県	30	群馬県
6	神奈川県	31	山形県
7	沖縄県	32	和歌山県
8	愛知県	33	三重県
9	兵庫県	34	青森県
10	千葉県	35	愛媛県
11	広島県	36	富山県
12	大分県	37	佐賀県
13	奈良県	38	茨城県
14	鹿児島県	39	新潟県
15	長崎県	40	宮崎県
16	福島県	41	山口県
17	香川県	42	岩手県
18	熊本県	43	滋賀県
19	長野県	44	島根県
20	岐阜県	45	徳島県
21	宮城県	46	福井県
22	静岡県	47	高知県
23	石川県		
24	山梨県		
25	岡山県		

2019年

順位	都道府県	順位変動	順位	都道府県	順位変動
1	東京都	➡ 0	26	山梨県	⬇️ -2
2	大阪府	➡ 0	27	秋田県	↗️ 2
3	京都府	↗️ 1	28	山形県	↗️ 3
4	北海道	⬇️ -1	29	栃木県	⬇️ -3
5	神奈川県	↗️ 1	30	三重県	↗️ 3
6	福岡県	⬇️ -1	31	群馬県	⬇️ -1
7	愛知県	↗️ 1	32	島根県	⬆️ 12
8	沖縄県	⬇️ -1	33	岡山県	⬇️ -8
9	福島県	⬆️ 7	34	鳥取県	⬇️ -6
10	兵庫県	⬇️ -1	35	富山県	↗️ 1
11	千葉県	⬇️ -1	36	和歌山県	⬇️ -4
12	長崎県	↗️ 3	37	佐賀県	➡ 0
13	大分県	⬇️ -1	38	愛媛県	⬇️ -3
14	奈良県	⬇️ -1	39	茨城県	⬇️ -1
15	広島県	⬇️ -4	40	岩手県	↗️ 2
16	宮城県	⬆️ 5	41	新潟県	⬇️ -2
17	静岡県	⬆️ 5	42	山口県	⬇️ -1
18	埼玉県	⬆️ 9	43	宮崎県	⬇️ -3
19	鹿児島県	⬇️ -5	44	滋賀県	⬇️ -1
20	長野県	⬇️ -1	45	高知県	↗️ 2
21	香川県	⬇️ -4	46	徳島県	⬇️ -1
22	熊本県	⬇️ -4	47	福井県	⬇️ -1
23	岐阜県	⬇️ -3			
24	青森県	⬆️ 10			
25	石川県	⬇️ -2			

2020年（1～6月）

順位	都道府県	順位変動	順位	都道府県	順位変動
1	東京都	➡ 0	26	鹿児島県	⬇ -7
2	大阪府	➡ 0	27	秋田県	➡ 0
3	北海道	↗ 1	28	岐阜県	⬇ -5
4	京都府	⬇ -1	29	石川県	⬇ -4
5	神奈川県	➡ 0	30	三重県	➡ 0
6	福岡県	➡ 0	31	香川県	⬇ -10
7	千葉県	↗ 4	32	栃木県	⬇ -3
8	愛知県	⬇ -1	33	群馬県	⬇ -2
9	沖縄県	⬇ -1	34	鳥取県	➡ 0
10	福島県	⬇ -1	35	茨城県	↗ 4
11	大分県	↗ 2	36	岡山県	⬇ -3
12	長崎県	➡ 0	37	新潟県	↗ 4
13	宮城県	↗ 3	38	佐賀県	⬇ -1
14	奈良県	➡ 0	39	愛媛県	⬇ -1
15	兵庫県	⬇ -5	40	岩手県	➡ 0
16	広島県	⬇ -1	41	島根県	⬇ -9
17	山梨県	⬆ 9	42	滋賀県	↗ 2
18	静岡県	⬇ -1	43	山口県	⬇ -1
19	富山県	⬆ 16	44	宮崎県	⬇ -1
20	山形県	⬆ 8	45	徳島県	↗ 1
21	熊本県	↗ 1	46	福井県	↗ 1
22	長野県	⬇ -2	47	高知県	⬇ -2
23	埼玉県	⬇ -5			
24	和歌山県	⬆ 12			
25	青森県	⬇ -1			

市場別話題量ランキング（三重県）

✓ 2018年1月～2020年6月の市場別の話題量ランキングは以下の通り。

※表内の数値はランキング順位

例：中国の2018年1月「32」⇒中国において2018年1月では、三重県に関する話題量が47都道府県内で32番目に多い。

	2018年												2019年												2020年													
市場	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	2018年計	2019年計	2020年計	合計	2018→2019	2019→2020		
中国	32	38	36	34	38	41	37	31	37	41	39	37	31	38	38	35	38	36	39	39	37	36	37	38	43	40	40	42	37	36	37	37	39	38	➡	0	👇	-2
韓国	22	38	42	43	34	36	37	41	40	40	40	37	41	41	44	44	41	43	41	40	44	38	41	42	38	38	37	41	42	34	39	43	42	42	👇	-4	👉	1
台湾	44	38	36	40	44	44	44	45	45	44	45	43	40	44	42	42	41	37	44	42	45	40	40	44	33	47	35	32	44	38	43	41	38	43	👉	2	👉	3
香港	33	39	33	34	33	41	40	34	40	43	44	43	40	35	47	44	40	37	27	44	41	39	18	39	37	31	39	20	35	43	39	38	38	39	👉	1	➡	0
アメリカ	22	22	23	19	20	17	19	16	22	6	21	24	21	21	18	16	17	20	14	17	22	9	22	20	21	19	17	16	12	12	18	18	18	19	➡	0	➡	0
タイ	17	18	23	32	22	17	9	30	21	21	23	21	22	34	25	8	30	21	23	21	19	18	28	19	28	16	26	31	32	25	28	26	30	32	👉	2	👇	-4
オーストラリア	22	23	20	23	33	22	21	17	14	7	17	20	30	32	20	14	15	24	25	11	16	11	21	17	21	17	5	2	8	10	17	15	6	15	👉	2	👆	9
フィリピン	26	26	41	11	17	27	39	33	26	20	14	5	13	29	13	28	40	27	26	30	31	15	29	35	41	22	24	19	22	10	15	24	21	19	👇	-9	👉	3
マレーシア	37	37	32	31	31	27	36	35	36	15	21	32	14	27	15	21	29	25	31	30	32	17	21	28	30	14	40	14	15	14	32	26	21	31	👆	6	👆	5
シンガポール	33	28	26	28	36	33	29	31	40	17	17	25	35	31	29	39	35	16	30	26	32	26	28	24	29	15	21	23	33	15	31	30	25	29	👉	1	👆	5
イギリス	19	20	18	11	16	13	10	12	13	3	6	8	13	15	15	5	9	11	8	7	15	3	3	9	11	13	11	8	8	5	10	6	10	8	👉	4	👇	-4
カナダ	27	27	32	16	17	29	26	10	15	7	23	24	17	12	18	17	27	26	27	19	16	7	34	26	38	18	27	31	17	21	18	17	23	18	👉	1	👇	-6
フランス	24	24	21	19	22	16	11	20	18	4	11	19	15	16	23	12	24	15	18	17	6	3	21	15	22	15	20	13	17	14	17	15	20	16	👉	2	👇	-5
インド	27	20	10	12	23	22	13	12	24	6	19	32	22	42	27	17	23	21	19	25	18	6	24	21	23	31	20	20	14	8	18	22	20	23	👇	-4	👉	2
スペイン	18	18	12	8	13	14	6	8	8	2	8	13	20	14	9	8	12	10	7	12	12	3	13	17	24	15	13	9	13	8	8	9	13	8	👇	-1	👇	-4
ロシア	38	26	39	32	43	33	28	35	32	40	35	25	33	32	35	37	36	47	31	35	41	31	32	36	36	31	38	33	41	29	36	39	37	37	👇	-3	👉	2
16市場の平均順位	26	26	28	22	26	27	25	23	27	12	21	28	24	28	24	21	28	25	25	26	25	16	26	27	28	23	23	18	22	16	25	24	23	26	👉	1	👉	1

※上位1～3位⇒濃黄、4～10位⇒薄黄、11～37位⇒色なし、38～44位⇒薄青、45～47位⇒濃青

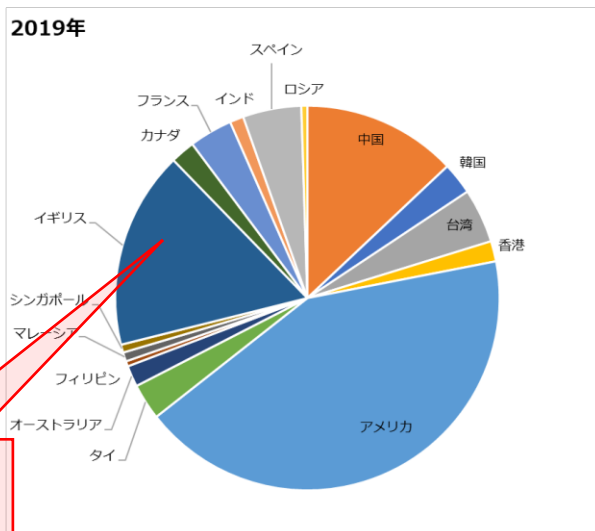
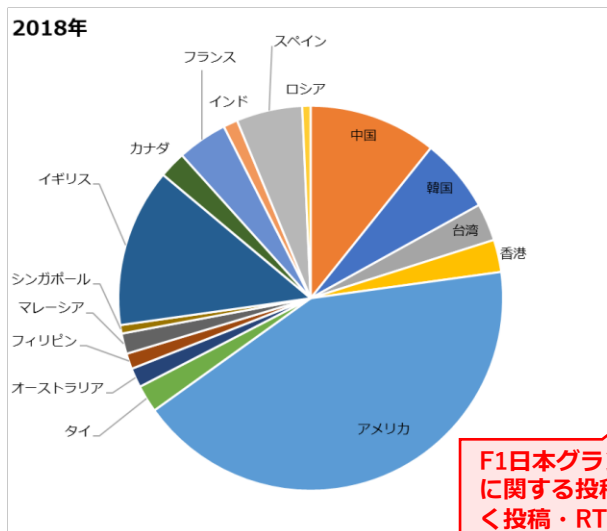
スペイン：
鈴鹿で2018年日本グランプリ
（F1）が開催され、それに関
する情報や選手の投稿がRTさ
れた

オーストラリア：
コロナがモータースポーツに与
える影響というタイトル記事が
多く投稿された（鈴鹿サーキット
について言及されている）

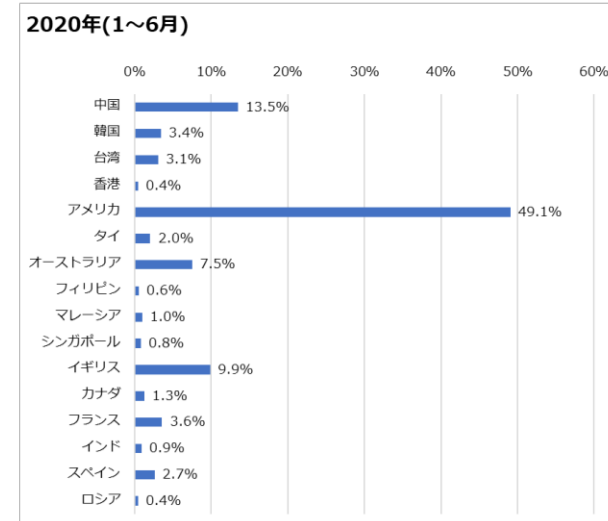
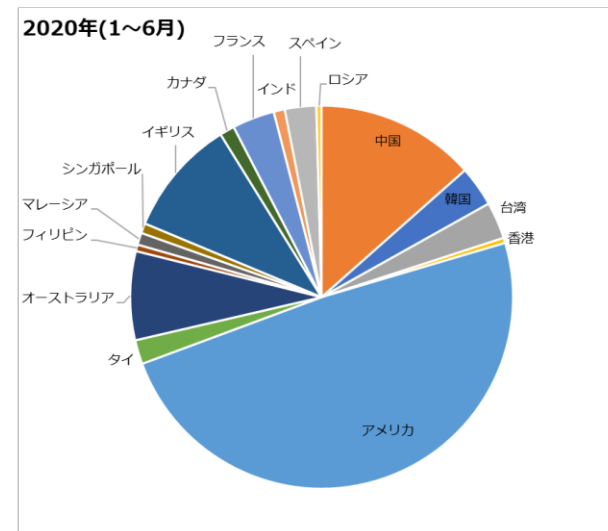
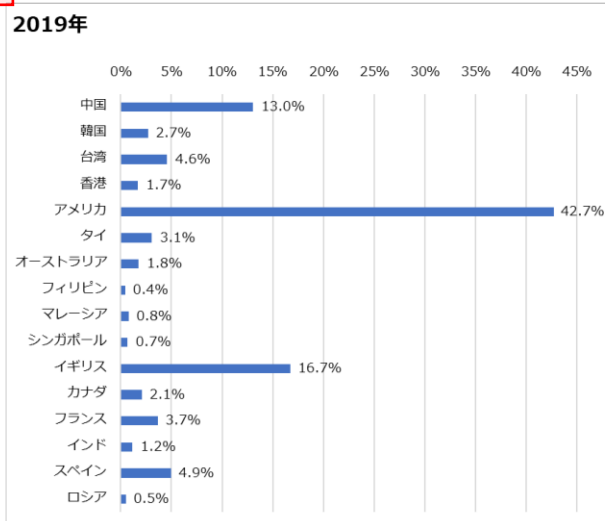
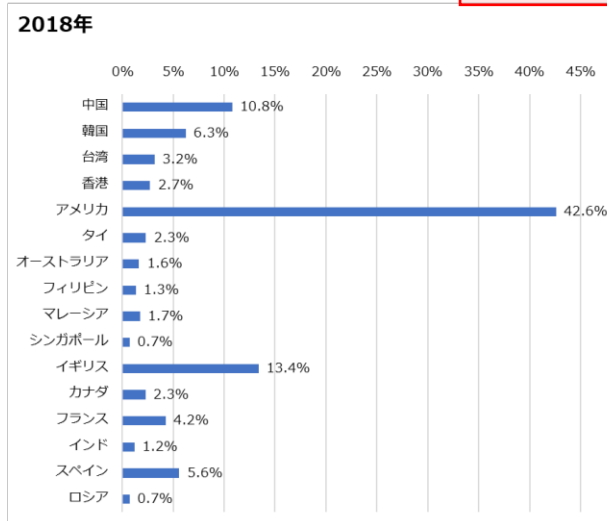
市場別話題量比較（三重県）

✓ 年間話題量の比率は以下の通り。

- 中国
- 韓国
- 台湾
- 香港
- アメリカ
- タイ
- オーストラリア
- フィリピン
- マレーシア
- シンガポール
- イギリス
- カナダ
- フランス
- インド
- スペイン
- ロシア



F1日本グランプリに関する投稿が多く投稿・RTされた



市場別話題量推移（タイ）

✓ 2018年1月～2020年6月のタイの月別話題量の推移は以下の通り。

※表内の数値はランキング順位

※「2020年計」は2020年1～6月、「合計」は2018年～2020年6月の順位を示している

	2018年												2019年												2020年										
都道府県	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	2018年計	2019年計	2020年計	合計	
北海道	2	4	2	3	3	3	3	5	3	2	1	3	4	3	3	6	3	5	1	4	3	5	1	5	4	1	5	4	1	5	4	3	3	1	2
青森県	24	23	11	33	37	29	25	21	10	18	25	20	30	34	31	22	13	11	30	39	20	15	31	25	5	28	9	31	5	36	25	27	13	24	
秋田県	26	20	26	21	37	29	42	18	31	32	31	36	21	24	14	12	9	15	18	9	24	20	3	7	23	18	18	25	16	28	41	17	27	29	
山形県	34	33	22	39	24	37	35	33	31	29	27	8	8	28	25	26	34	18	26	27	38	25	31	15	22	22	21	34	22	32	29	28	32	34	
岩手県	27	30	20	42	32	28	39	32	13	41	16	39	37	24	32	28	34	17	30	23	28	33	35	25	32	35	37	26	29	27	35	39	35	42	
宮城県	6	14	13	18	7	5	17	14	11	19	22	24	9	23	15	15	6	9	14	10	14	7	11	10	12	12	2	8	10	12	11	16	5	8	
福島県	30	22	7	27	30	34	25	17	21	23	31	29	22	40	37	35	23	32	17	30	22	18	29	25	2	20	31	38	37	44	27	32	10	16	
茨城県	31	37	39	39	10	18	42	40	38	38	43	44	40	30	32	9	40	40	30	41	11	27	20	38	33	43	26	31	46	32	36	29	39	39	
栃木県	22	17	16	14	20	12	13	13	15	13	11	10	17	19	19	20	17	23	19	17	13	16	12	9	15	15	12	10	12	17	18	22	22	30	
群馬県	28	13	8	10	13	6	23	28	28	12	3	31	27	40	29	17	38	32	29	36	29	17	14	18	38	40	26	29	25	36	13	31	39	27	
埼玉県	20	30	31	27	28	15	24	37	27	24	18	22	38	18	17	21	20	27	24	13	24	2	21	20	34	28	19	7	22	3	37	7	17	10	
東京都	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	2	1	2	1	2	2	3	2	4	1	1	1	1	1	1	2	1
千葉県	14	15	14	17	15	12	15	7	12	15	17	2	15	8	13	16	14	22	8	12	17	6	21	33	26	11	16	6	9	5	4	15	18	7	
神奈川県	19	8	15	13	16	14	14	15	19	11	15	18	6	11	6	19	4	8	16	11	7	10	14	14	14	21	19	15	16	13	19	17	13	25	19
新潟県	11	34	32	27	46	23	37	25	15	32	34	29	12	30	32	25	38	23	30	25	29	24	26	13	10	32	14	17	7	16	32	30	19	31	
富山県	32	25	28	25	30	20	20	33	38	24	19	27	35	28	23	32	28	36	22	34	41	35	26	32	38	22	40	40	25	2	39	40	7	15	
石川県	39	37	33	42	37	37	35	36	18	40	34	31	38	6	10	44	8	44	44	15	41	37	31	38	42	38	40	46	25	44	43	20	46	33	
福井県	39	7	35	33	37	44	19	44	46	44	42	24	26	43	45	42	46	36	44	47	41	46	37	33	44	43	34	34	32	36	22	44	44	37	
長野県	22	19	18	19	12	9	27	11	26	16	13	16	17	7	12	22	22	13	20	18	22	4	19	25	25	26	20	29	22	21	19	11	31	18	
山梨県	33	26	26	1	11	16	28	30	31	37	29	5	19	17	20	24	26	40	10	36	38	22	9	17	16	17	3	15	11	8	9	25	8	9	
静岡県	15	20	24	9	8	20	17	25	25	13	20	14	14	21	23	28	24	31	12	30	1	21	25	29	26	25	22	26	14	23	20	8	28	11	
愛知県	12	16	10	7	2	4	4	9	9	7	8	6	1	10	8	10	5	10	6	5	9	13	8	3	9	5	11	14	15	10	7	5	9	5	
岐阜県	9	11	12	11	14	10	8	10	14	8	9	9	7	12	7	11	11	14	14	6	14	12	10	11	13	13	13	13	17	9	14	18	21	22	
三重県	17	18	23	32	22	17	9	30	21	21	23	21	22	34	25	8	30	21	23	21	19	18	28	19	28	16	26	31	32	25	28	26	30	32	
奈良県	28	28	28	21	26	37	30	28	30	29	24	27	25	27	27	26	28	35	36	13	8	29	37	24	6	24	26	19	32	32	40	23	15	26	
和歌山県	3	34	43	33	41	23	30	24	23	35	20	17	16	22	35	40	30	36	36	44	32	26	18	33	36	8	37	44	39	36	16	37	14	21	
滋賀県	42	36	37	24	17	26	21	27	36	6	28	31	32	34	37	28	42	26	42	28	10	29	37	46	34	35	36	24	37	35	24	34	37	35	
京都府	5	3	4	5	4	7	5	6	2	4	4	7	3	2	2	7	7	4	3	3	4	8	4	1	8	4	10	5	4	6	5	2	6	4	
大阪府	4	5	3	4	5	1	2	1	5	5	5	4	5	4	4	4	1	6	7	2	6	9	5	4	1	10	1	3	3	7	2	4	3	3	
兵庫県	8	9	6	12	9	11	12	8	4	10	12	13	10	13	11	3	12	16	5	8	12	11	16	8	14	9	8	9	8	18	10	14	16	13	
鳥取県	16	28	33	8	21	25	10	19	23	29	39	39	27	30	18	38	16	2	28	21	20	29	29	20	30	7	22	40	30	36	23	10	12	17	
島根県	45	42	46	27	41	46	45	22	36	41	45	47	46	40	39	44	40	4	36	44	32	40	37	42	11	38	40	40	32	24	46	9	24	14	
岡山県	39	37	43	33	41	37	16	42	31	22	29	31	22	38	39	35	34	36	26	28	32	37	23	33	24	40	37	22	39	36	42	42	36	46	
広島県	35	30	25	37	34	22	22	23	7	24	25	36	44	34	22	32	24	28	40	36	32	36	23	23	38	30	40	40	20	18	28	26	40	33	36
山口県	7	26	39	37	27	32	45	37	41	44	39	44	44	9	46	46	34	44	44	39	41	45	43	37	42	33	26	40	39	30	31	33	42	38	
香川県	43	42	43	42	29	47	39	45	45	9	46	44	40	43	42	46	43	44	44	46	45	40	37	38	44	40	34	45	46	13	38	46	34	45	
徳島県	45	46	47	39	45	37	47	45	43	47	46	39	40	47	46	40	45	40	40	41	32	46	47	47	18	47	46	46	39	47	47	47	38	47	
愛媛県	43	42	28	25	34	32	30	42	41	32	7	22	46	43	42	37	46	40	42	30	46	42	43	43	37	35	40	38	39	30	30	45	43	40	
高知県	37	46	37	47	32	34	30	33	38	46	43	36	35	39	29	2	18	19	21	30	32	33	46	29	38	46	31	21	39	36	45	12	41	25	
福岡県	10	12	5	6	6	8	6	4	6	3	6	12	11	5	5	5	10	7	4	7	5	3	7	6	7	3	6	2	6	14	8	6	4	6	
佐賀県	35	37	42	42	44	44	7	40	29	41	39	39	29	43	42	39	43	44	36	26	46	43	43	43	44	45	22	34	32	44	33	43	44	44	
長崎県	25	1	19	15	23	34	39	19	17	24	34	26	3																						



Thank you