

尾道市実証実験サポート事業

MaaSアプリ「setowa」「WESTER」を活用したAIスタンプラリー事業

<採択内容>

- 経費支援なし

西日本旅客鉄道株式会社
株式会社ギックス

西日本旅客鉄道株式会社

所在地 : 大阪府大阪市北区芝田 2 丁目 4 番24号
代表者 : 長谷川 一明
担当部署 : デジタルソリューション本部
担当者名 : 渡邊 智彦
電話番号 : 070-8690-7860
F A X 番号 :
電子メール : tomohiko-watanabe@westjr.co.jp

株式会社ギックス

所在地 : 東京都港区三田 1 - 4 - 28 三田国際ビル11F
代表者 : 網野 知博
担当者名 : 遠藤 朱寧
電話番号 : 03-3452-1221
F A X 番号 :
電子メール : akane.endo@gixo.jp

西日本旅客鉄道株式会社

鉄道事業を核に、お客様の暮らしを支え、地域の社会、経済の発展に貢献すること

株式会社ギックス

あらゆる判断を、
Data-Informedに。

会社概要

事業内容

会社概要 2021年3月31日現在

設立 : 1987年4月1日
 資本金 : 1,000億円
 発行済株式数 : 191,334,500株
 従業員数 : 単体 23,900人
 連結 47,984人
 子会社数 : 154社(うち連結子会社64社)

事業内容 2021年3月31日現在

鉄道事業

キロ程 : 4,903.1キロ
 新幹線 812.6キロ
 在来線 4,090.5キロ
 *キロ程は、第一種鉄道事業および第二種鉄道事業のキロ程です。

駅数 : 1,174駅
 車両数 : 6,503両
 輸送人員 : 1,425百万人
 新幹線 36百万人
 在来線 1,397百万人
 近畿圏 1,155百万人
 その他 270百万人
 輸送量 : 34,110百万人キロ
 新幹線 7,717百万人キロ
 在来線 26,392百万人キロ
 近畿圏 20,934百万人キロ
 その他 5,457百万人キロ
 1日当たりの列車走行キロ : 501千キロ
 新幹線 117千キロ
 在来線 383千キロ

連結セグメント 2021年3月31日現在

運輸業

鉄道事業

・新幹線、在来線
 連結子会社数 : 1社
 子会社 : 嵯峨野観光鉄道(株)



バス事業

・高速バス、路線バス
 連結子会社数 : 2社
 子会社 : 西日本ジェイアールバス(株)
 中国ジェイアールバス(株)

船舶事業

連結子会社数 : 1社
 子会社 : JR西日本宮島フェリー(株)

流通業

物販・飲食業

・駅ナカ店舗運営(コンビニ、みやげ、飲食店等)
 ・ビジネスホテル「ヴィアイン」運営
 連結子会社数 : 7社
 主な子会社 : (株)ジェイアール西日本デイリーサービスネット
 (株)ジェイアール西日本フードサービスネット
 (株)ジェイアール西日本ファッショングッズ

百貨店業

・「ジェイアール京都伊勢丹」、
 「ルック大阪内イセタン各ショップ」運営
 連結子会社数 : 1社
 子会社 : (株)ジェイアール西日本伊勢丹



卸売業等

連結子会社数 : 2社
 子会社 : ジェイアール西日本商事(株)、JR西日本山崎開発(株)

不動産業

ショッピングセンター運営業

・駅ビルや駅周辺でのショッピングセンター運営
 連結子会社数 : 11社
 主な子会社 : JR西日本SC開発(株)
 JR西日本アーバン開発(株)

不動産賃貸・販売業

・駅ビル運営、駅周辺等における商業施設開発
 ・鉄道沿線を中心とした住宅・都市開発
 連結子会社数 : 4社
 子会社 : 京都駅ビル開発(株)
 大阪ターミナルビル(株)
 JR西日本不動産開発(株)
 JR西日本プロパティーズ(株)



その他

ホテル業

・主要駅直結ホテルを中心としたホテル運営
 連結子会社数 : 6社
 主な子会社 : (株)ジェイアール西日本ホテル開発
 (株)ホテルグランヴィア大阪

旅行業

連結子会社数 : 1社
 子会社 : (株)日本旅行

工事業

・建設事業、設備工事業、電気工事業等
 連結子会社数 : 10社
 主な子会社 : 大鉄工業(株)、(株)JR西日本テクノス
 西日本電気システム(株)



その他

・広告業、清掃整備事業等
 連結子会社数 : 18社
 主な子会社 : (株)JR西日本コミュニケーションズ
 (株)JR西日本メンテック

DIDMの実現に向けて、超上流の戦略策定・方針決定から、データを用いた解法の策定および、業務変革のための仕組み化まで**一貫通貫で実施可能な混成チーム**を組成。

**Strategy
(戦略)**



**Advanced Analytics
(分析)**



**Technology
(技術)**

Seamless

上流から下流まで、途切れることなく課題解決をご支援

Flexible

複数PJTに対して、共通チームで横断的に支援可能

Speedy

アジャイルで早期に成果を出しつつ、DIDM型に業務変革

Leveraged

蓄積した知見は、社内外に向けてプロダクト提供

個別企業支援モデル



複数の超大手企業様より
複数年に渡るプロジェクトを受託

**中長期的なパートナーシップに基づく
“一過性ではない”ご支援**

プロダクト提供モデル



DIDM*を加速・浸透させるための
プロダクトを順次開発・提供

**社内で培ったAIなど要素技術を
活かしてプロダクト化**

3 提案事業のコンセプトと概要

■ 提案事業

MaaSアプリ「setowa」「WESTER」を活用した
AI（機械学習）スタンプラリー事業



■ コンセプト

AIスタンプラリーを活用した旅行者の回遊、
観光消費の促進とサステナブルな地域づくりへの貢献

■ 概要

- ・尾道市を訪れる旅行者を対象に、尾道市内の観光コンテンツの中から個人の趣味・嗜好に合った施設等を提案し、利用すればスタンプがたまるAIスタンプラリーを「WESTER」で実施。達成すれば、参加者にインセンティブを付与する。
- ・スタンプラリーの対象に、setowaで発売する公共交通機関をおトクに利用できるデジタルフリーパスや、地域の飲食店、グリーンスローモビリティや電動キックボードなど地域の取組みの利用を含めることで、交通渋滞の緩和や、回遊・観光消費の促進、地域の取組みへの送客など、旅行者の行動変容を図る。
- ・アプリ利用者に対して繰り返し回遊を促す仕掛けを実施することで、得られたデータから提案精度を上げ、観光のCRMを実現する

「WESTER」で「尾道ぐるっとスタンプラリー」、および「setowa」のチケット機能を活用して、旅行者に公共交通機関の利用や広域観光、観光・飲食等の消費活動への行動変容の促進、移動データを提供する事業を実施

■「尾道ぐるっとスタンプラリー」

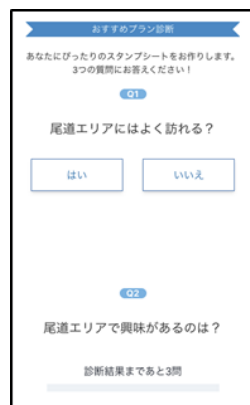
①実施期間：2021年10月29日（金）～2021年12月26日（日）

②参加方法：

- ・観光・グルメ・ショッピングスポット・交通機関のチケットの利用でスタンプを集める
- ・スタンプラリーの条件をクリアすると、賞品をゲットできる

③参画施設数：観光スポット①：8施設、観光スポット②：9施設、グルメ：13施設、ショッピング：13施設、交通系チケット：13種類

アンケートに回答



スタンプシートを完成



スタンプをゲット



スタンプを集めて賞品をゲット



■尾道市の観光における課題

- マイカーを使った旅行・観光が多く、交通渋滞が発生
※約7割がマイカー等による訪問
- 旅行目的は定番の観光スポットの訪問やグルメ、ショッピングに集中
※PR素材である日本遺産構成文化財等への回遊を伸ばしたい
- 観光消費の更なる増加（現在約4,200円/人→5年後5,000円/人）

■本事業の目標・成果設定

- スタンプラリー参加者数の獲得 目標1,000人
- 交通渋滞の緩和や脱炭素化社会を目的に、マイカーから公共交通機関の利用への行動変容
- グルメ、ショッピングなどの観光消費に加え、日本遺産文化財を含めた観光スポットへの回遊の促進
- 参画施設での利用者数、飲食等での消費額増
- スタンプラリーで選定した施設、およびフリーパス利用者の利用データ分析による旅行者の属性ごとの傾向把握

- 目標に対する結果
- プロモーション
- 課題
- 今後の展望
- 新たなスタンプラリーの提案

■スタンプラリー参加者：978人（対目標 97%）

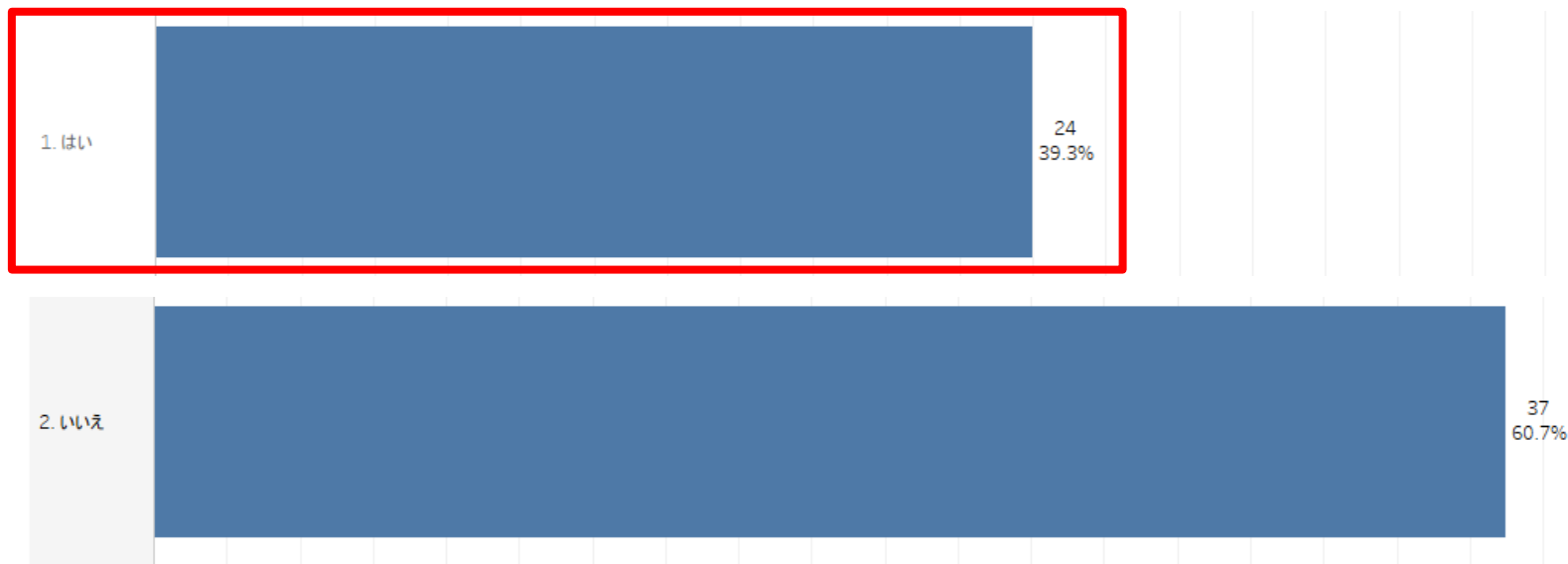
※青枠がインセンティブボーダー

| | | |
|---------------------------------|-------|-----------------------------|
| CP期間中 WESTERアプリ アクティブユーザ数 | | 185,978人 (10/29~12/26) |
| エントリー者数 | | 978人 (対目標97%) |
| スタンプ 獲得 ユーザー数 | 1以上獲得 | 459人 (対エントリー47%) |
| | 2以上獲得 | 296人 (対エントリー30%) |
| | 3以上獲得 | 233人 (対エントリー24%) |
| | 4以上獲得 | 185人 (対エントリー19%) |
| | 5以上獲得 | 61人 (対エントリー6%) |
| アンケート回答者数 | | 61人 (対達成者100%) |

尾道SRのエントリー者数、インセンティブ達成率はほぼ目標を達成。
一方、スタンプ4、5つの獲得はややハードルが高く、達成者数が減っている。

スタンプラリーのきっかけで、24人（アンケート回答者の39.3%）が車から公共交通機関へ変更した。公共交通機関への転移に一定の効果が確認できた。

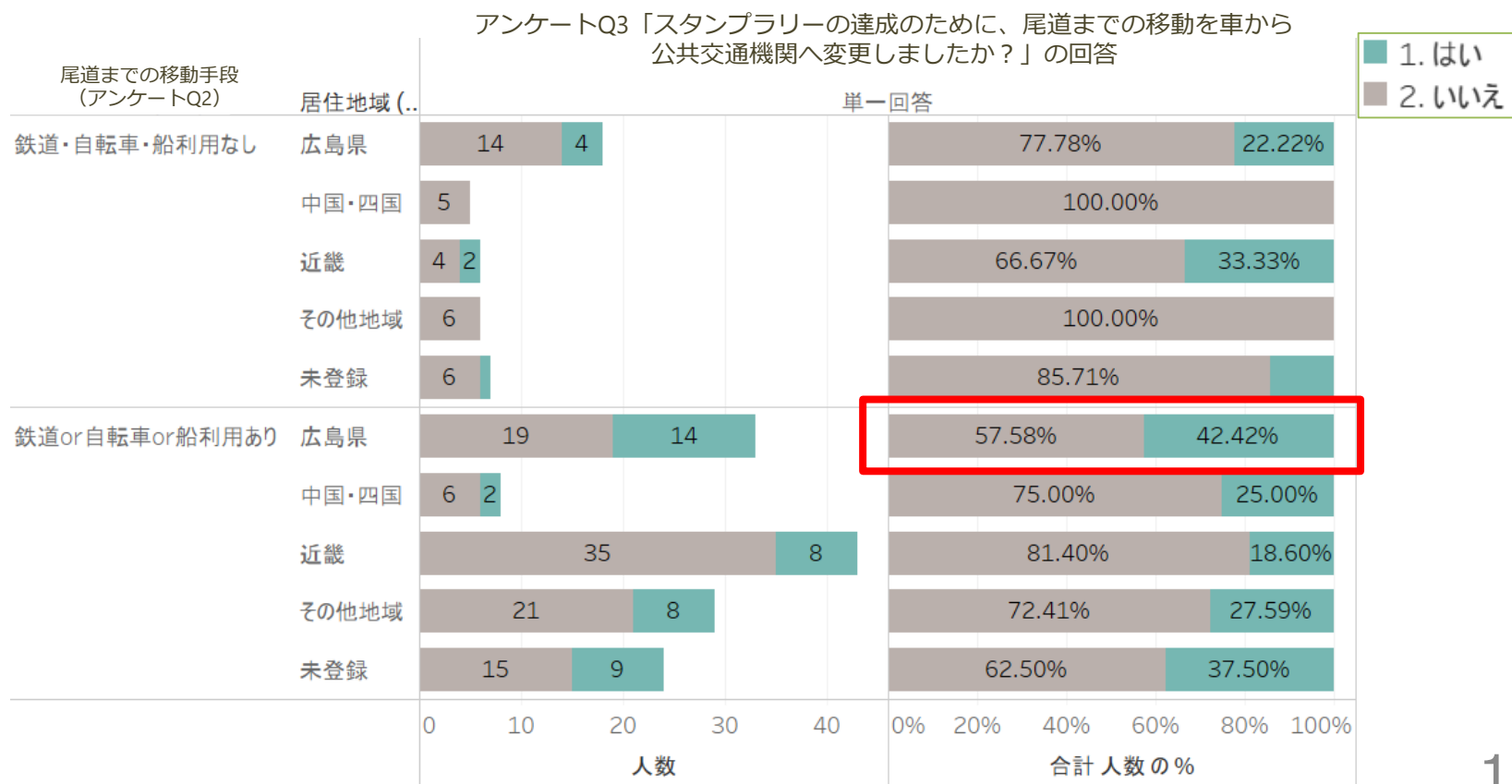
アンケートQ3「スタンプラリーの達成のために、尾道までの移動を車から公共交通機関へ変更しましたか？」の回答



尾道までの移動について、車から公共交通機関へ変更した人の割合は広島県のユーザが最も高い。車で尾道を訪れていたユーザがキャンペーンをきっかけに公共交通機関に変更したと思われる。

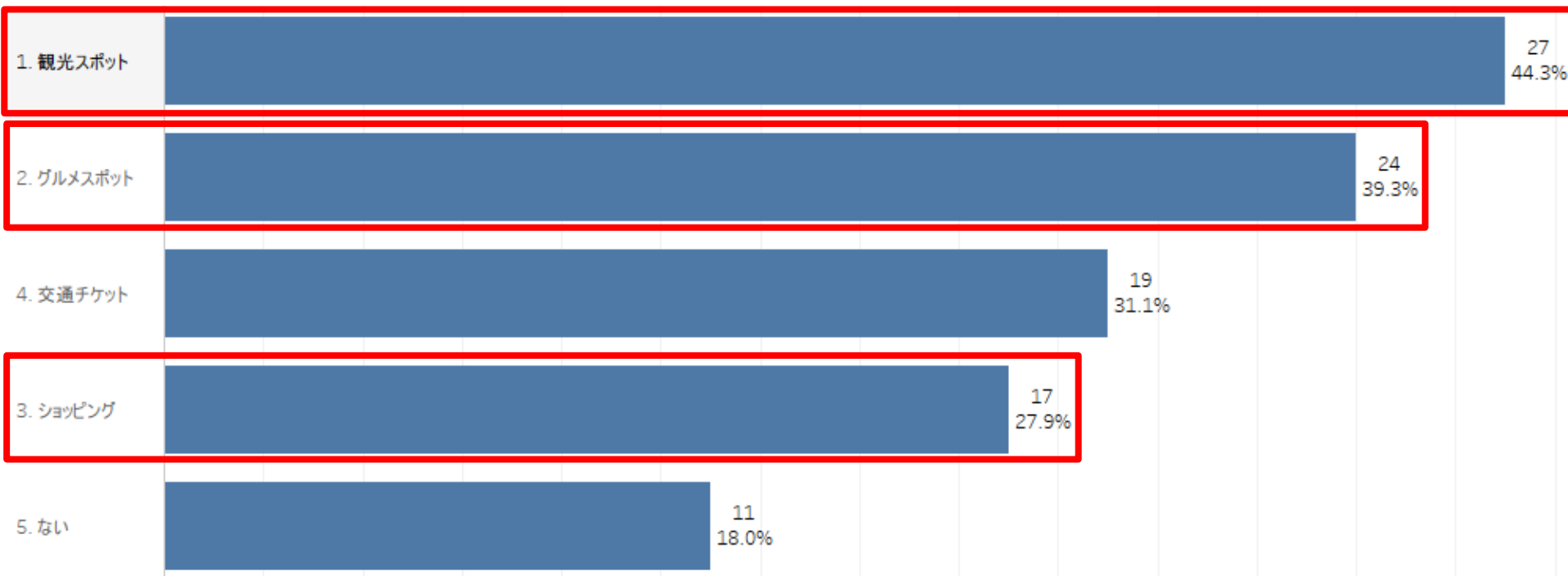
尾道までの移動手段×居住地域別のキャンペーンによる公共交通機関への行動変容

母集団 アンケート回答者



- ・当初計画していなかったが、スタンプラリー達成のために観光スポットを訪問した人が27人（44.3%）
 - ・観光消費への行動変容はグルメ：24人（39.3%）、ショッピング：17人（27.9%）
- スタンプラリーにより、回遊・観光消費の促進に一定の効果が確認できた

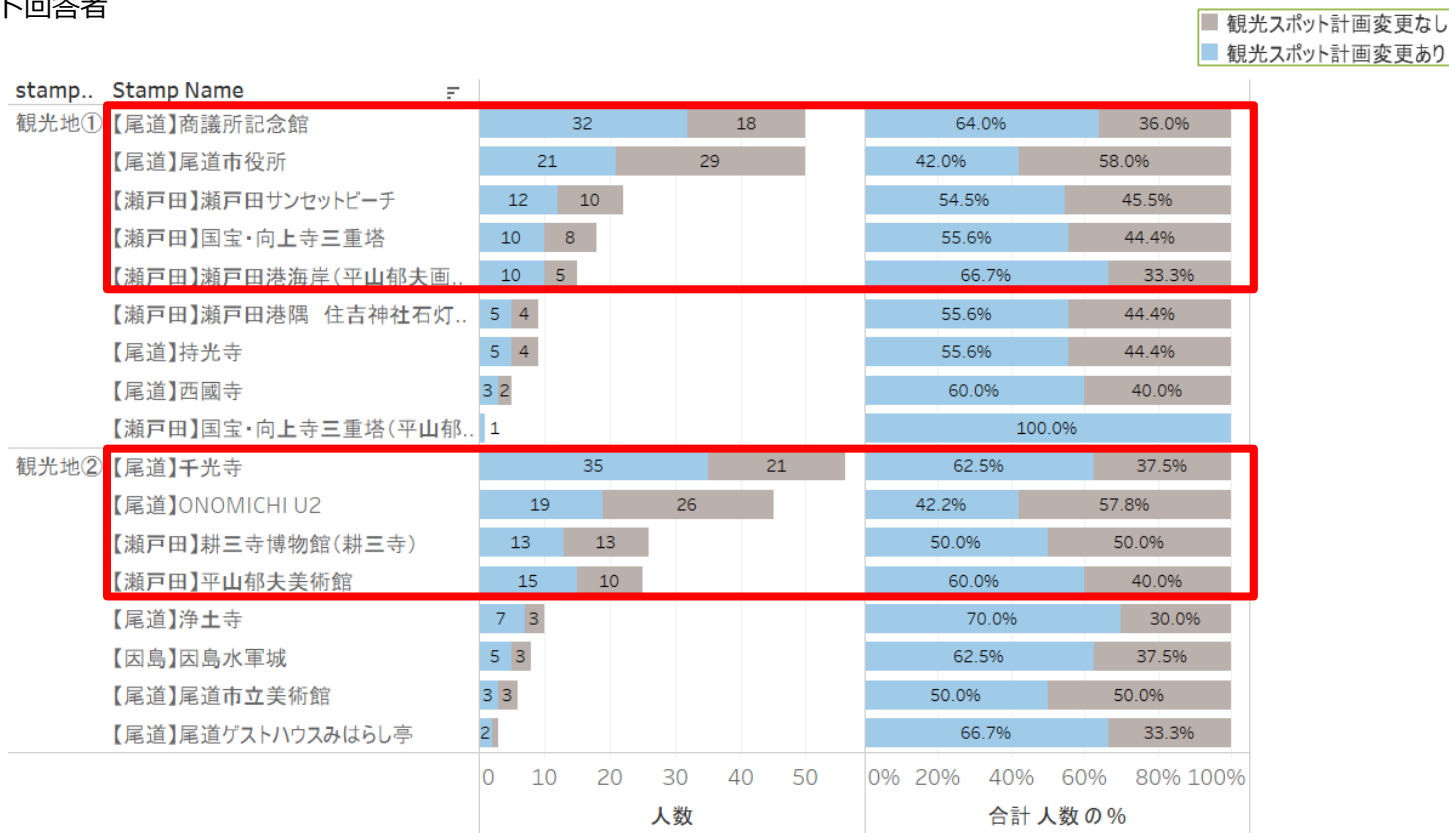
アンケートQ1「当初計画はしていなかったが、スタンプラリーの達成ために足を延ばして利用した施設や購入した交通チケットはありましたか？」の回答（複数回答可）



スタンプラリーにより、定番の観光スポット（観光地①）に加え、日本遺産構成文化財を含めたその他観光スポット（観光地②）への訪問に寄与していることが確認できた。

観光地スポット別の各スタンプ達成者のキャンペーンによる計画変更有無

母集団 アンケート回答者



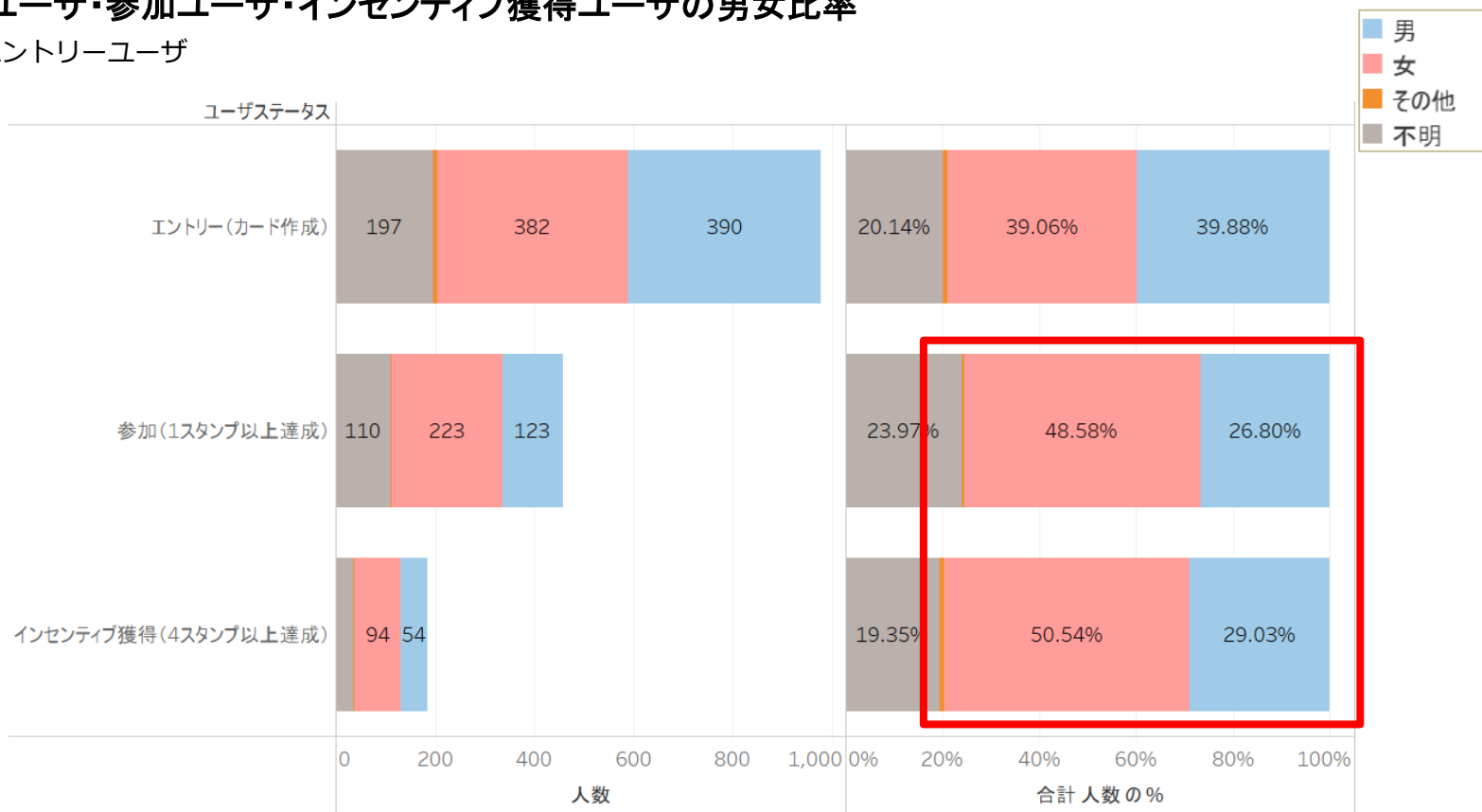
※アンケートQ1「当初計画はしていなかったが、スタンプラリーの達成ために足を延ばして利用した施設や購入した交通チケットはありましたか？」の回答に「観光スポット」を選んだユーザが「観光スポット計画変更あり」を表す

目標に対する結果 ④旅行者の属性分析

エントリーユーザの男女比率は差がなかったが、参加ユーザ*・インセンティブ獲得ユーザ**は女性の比率が高く、実際に現地に足を運んでスポットに訪れた方は女性の方が多い結果となった。

エントリーユーザ・参加ユーザ・インセンティブ獲得ユーザの男女比率

母集団 エントリーユーザ



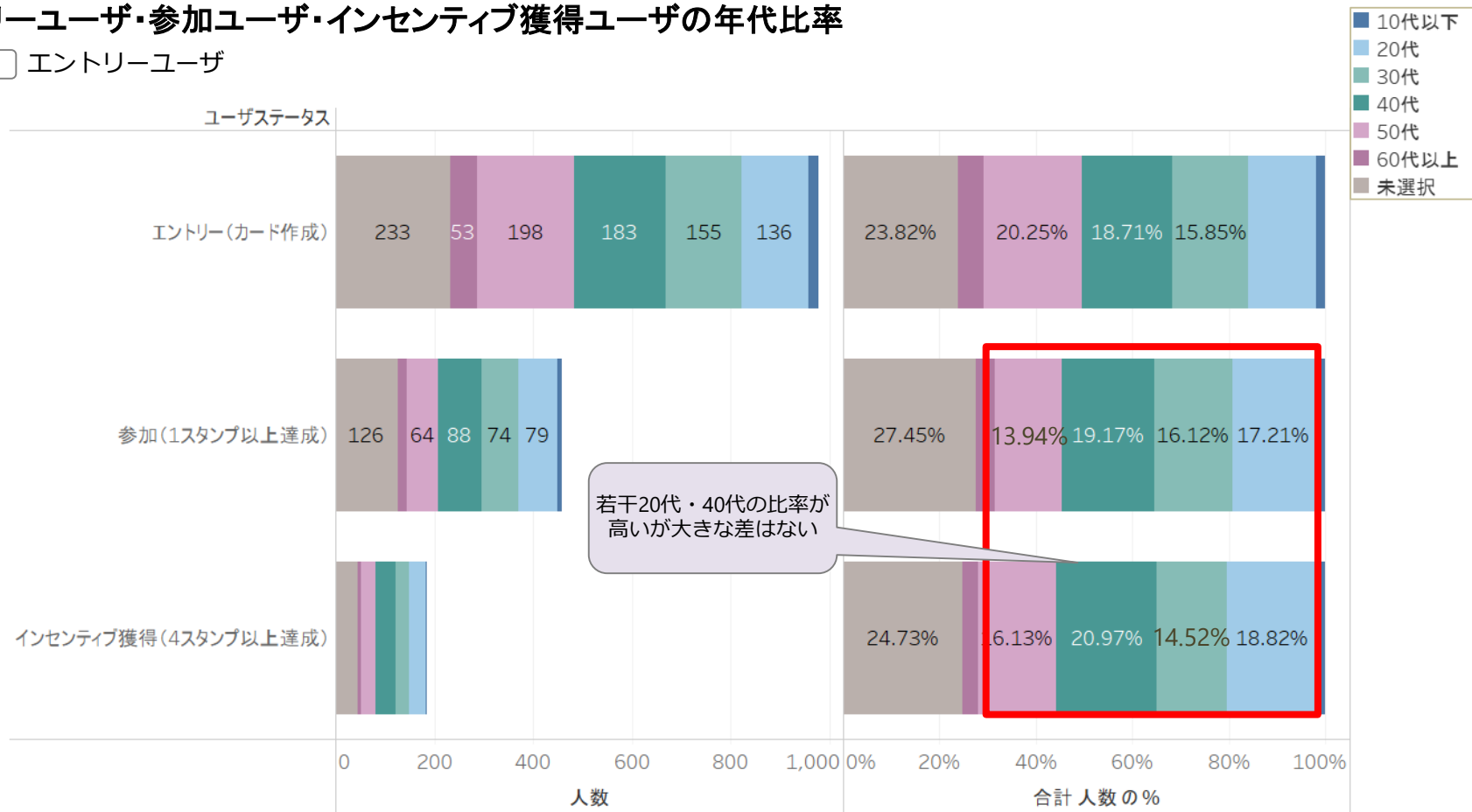
*参加ユーザは1スタンプ以上獲得したユーザを表す

**インセンティブ獲得ユーザは4スタンプ以上獲得したユーザを表す

インセンティブ獲得ユーザでは若干20代・50代の比率が大きいものの、参加ユーザ・インセンティブ獲得ユーザ共に20~50代の比率に大きな差は見られなかった。一方、60代以上のキャンペーン参加は少なかった。

エントリーユーザ・参加ユーザ・インセンティブ獲得ユーザの年代比率

母集団 エントリーユーザ

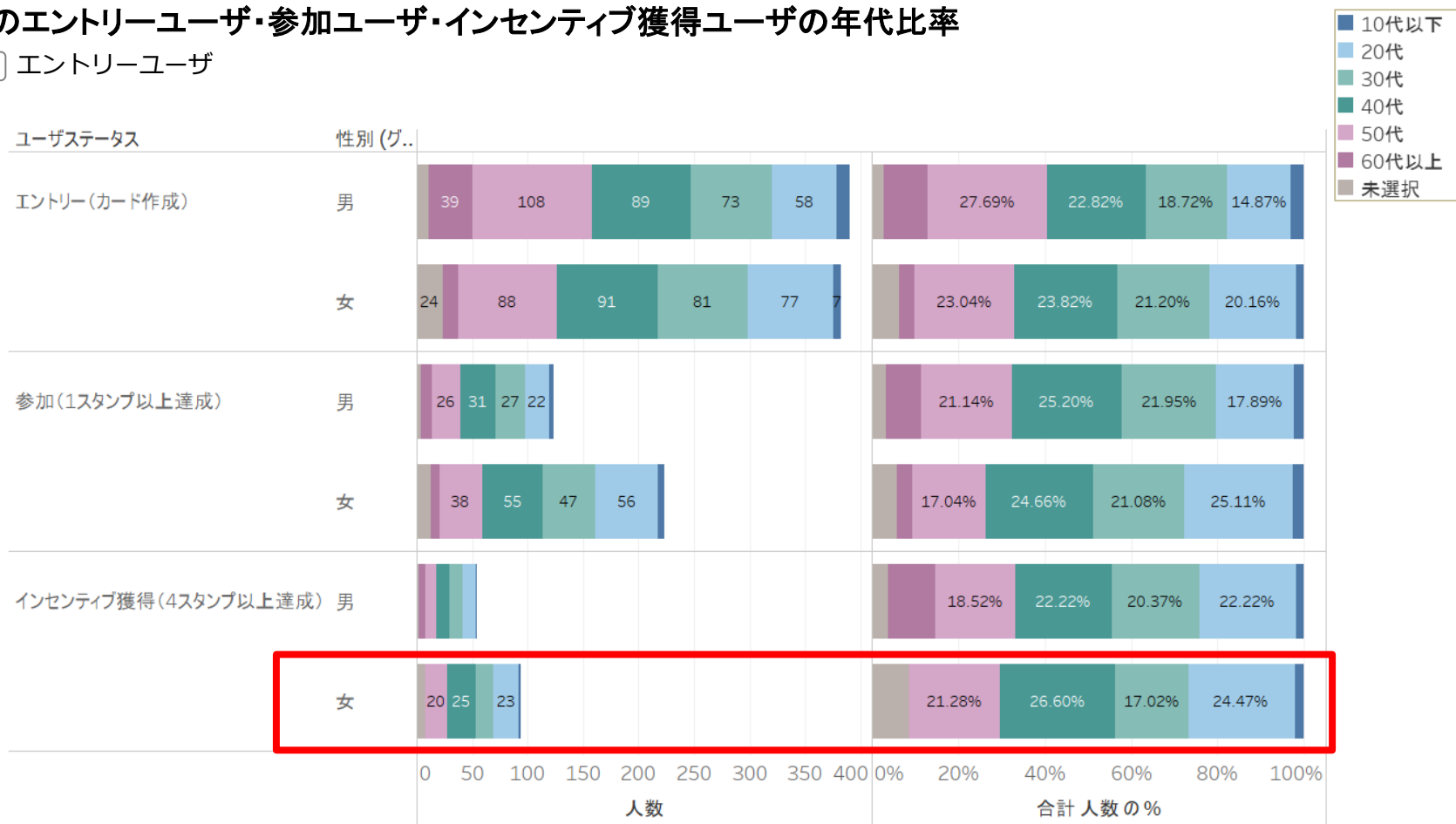


目標に対する結果 ④旅行者の属性分析

性別×年代で比較すると、インセンティブ獲得まで至ったユーザは女性の40代、20代、50代の順に多かった。

性別別のエントリーユーザ・参加ユーザ・インセンティブ獲得ユーザの年代比率

母集団 エントリーユーザ



①WEBページ



- 掲載期間
2021/10/20～
2021/12/31
※参考期間
- 露出
JRおでかけネット
- 狙い
キャンペーンの概要説明
WEB広告からの着地ページ

②A3ポスター スポット掲出



- 掲載期間
2021/10/22～
2021/12/26
- 露出
対象スポット43箇所
※その他尾道駅など
- 狙い
店舗やスポットに訪れた
ユーザーを集客

③A6フライヤー スポット設置



- 掲載期間
2021/10/22～
2021/12/26
- 露出
対象スポット43箇所
※その他尾道駅など
- 狙い
店舗やスポットに
訪れたユーザーを集客

④Yahoo! リスティング広告



- 掲載期間
2021/10/29～
2021/12/26
- セグメント
富山県、石川県、福井県、
京都府、大阪府、兵庫県、
滋賀県、和歌山県、奈良県、
岡山県、広島県、島根県、
鳥取県、山口県、福岡県
- 狙い
対象スポット検索した
ユーザーから集客

⑤Instagramカールセル広告



- 掲載期間
2021/11/24～
2021/12/24
- セグメント
京都府、大阪府、兵庫県、
滋賀県、和歌山県、奈良県、
岡山県、広島県、島根県、
鳥取県、山口県、福岡県、
愛媛県、香川県、徳島県、
高知県
- 狙い
他SR案件で集客に
寄与したメディアを採用

⑥西Navi11月号



- 掲載期間
2021/10/25～
2021/11/24
- 露出
京阪神エリア
JR西日本各駅
- 狙い

⑦setowa グランドバナー



- 掲載期間
2021/10/20～
2021/12/31
- 露出
setowaトップページ
※SP/WEB
- 狙い
setowaユーザーから集客

⑧WESTER 経路検索バナー



⑨WESTER おトクにGO! バナー

- 狙い
SRエントリーユーザーに
キャンペーン内容を周知する。
※告知物ではありません。

■実施期間

11月～12月と短く、また観光オフシーズンに差し掛かった期間で実施したため、多くの参加者を獲得できなかった。

■WESTERアプリとスタンプラリー機能

- スマホでスタンプラリーに参加できるメリットもあるのに対して、スマホを利用していないユーザー層にリーチできなかった。また、アプリのダウンロードが必要であることも参加の障壁になったと想定される。
- スタンプラリー機能について、地図がなく、参画施設の場所が直感的にわかりにくかった。
- インセンティブ獲得に必要なスタンプ数を多く設定したことで、スタンプラリーへの参加やスタンプ達成のハードルがあがったと想定される。

尾道市の観光課題を解決するため、以下取組みを提案します。

■ AIスタンプラリーの定期化

今回、回遊や観光消費増など行動変容への一定の効果が見られたため、観光のハイシーズンやイベント開催時を含めた、より長い期間でスタンプラリーを実施することで、効果の拡大が期待できます。

■ 参画施設の拡大と各施設と連携した盛りあがりの造成

参画施設を増やし、ユーザがより参加・達成しやすいイベントとすること、また参画施設の皆様も楽しめ、メリットを実感できる仕掛けをすることで、参加者増、行動変容増、そして現地の盛り上がりによるプロモーション効果増の好循環が生まれ、効果の最大化が期待できます。

→今回得られた知見を踏まえ、AIスタンプラリーの改善と継続的な実施により、今後も尾道市の課題解決とサステナブルな地域づくりに貢献していきます。