

“地域の見える化+連携”で
もっと稼げるを実現？

タビマエ

タビナカ

タビアト

Liigo

- 1、今、地域・観光事業者間で起こっている課題意識 (P3～)
- 2、その上で、なぜGoogleビジネスプロフィール(GBP)か？ (P10～)
- 3、事例 (P21～)
- 4、エリアコンパスとは？ (P27～)
- 5、エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点]) (P33～)
- 6、エリアコンパスの画面(施設向け) (P47～)
- 7、エリアコンパスのビジョン (P49～)
- 8、弊社全体について (P52～)



1、今、地域・観光事業者間で 起こっている課題意識



日本の旅行先の消費市場は巨大市場

宿泊施設・飲食店・温泉・プール・ショッピングセンター・水族館 等の観光施設市場を示します

9.4兆円

計算式：

日本人の国内旅行市場22兆円＋訪日観光客市場4.8兆円に対し、旅行中の消費割合は35.2%なので、 $26.8\text{兆円} \times 35.2\% = 9.4\text{兆円}$

訪日中心に、もっともっと拡大する

基幹産業へ



しかし、この分野は全体的な生産性が極めて低い

業界の平均営業利益率

宿泊施設・飲食店・温泉・プール・ショッピングセンター・水族館 等の観光施設市場を示します

2.8%

(小売業+飲食サービス業での計算)

全産業平均5.0%

【データ引用元】

経済産業省企業活動基本調査速報 2021年経済産業省企業活動基本調査 (2020年度実績)

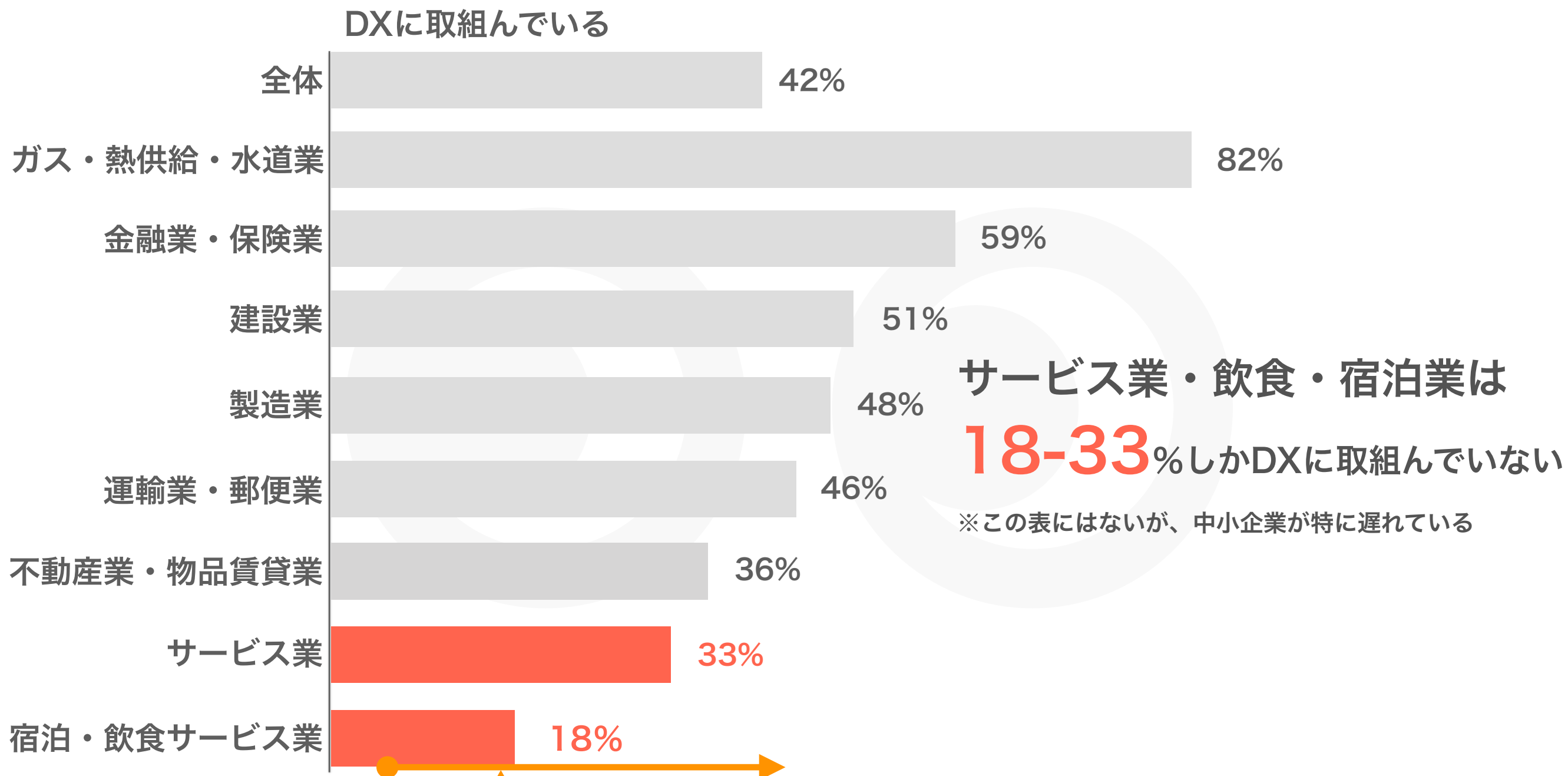
[<https://www.meti.go.jp/press/2021/01/20220128001/20220128001-1.pdf>]

※宿泊業は集計対象外

ここが少し上がるだけで、大きな増税になります

この大きな理由は、成長要因であるデジタルを使いこなせていないから

一業界別のDX取組み状況

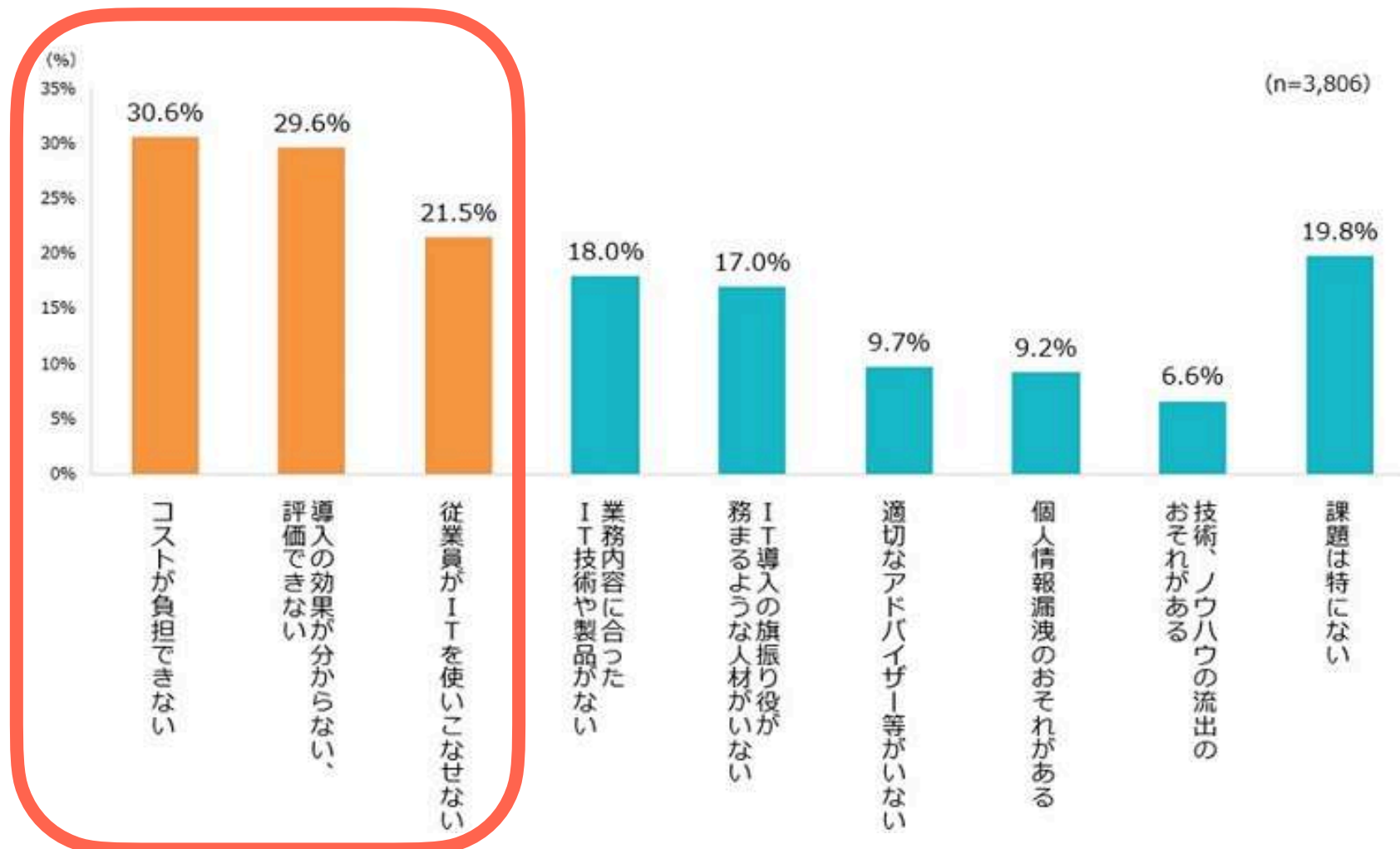


この割合を引き上げることが、タビナ力をもっと稼げる市場につながるのではないのでしょうか？

(注) 企業アンケート(回答数1,983社) (出所) 「IT人材白書2020」 (情報処理推進機構)

◎◎ しかし、なぜ、この分野の中小企業はDXに出遅れているのか？

中小企業がITを導入・利用できていない理由



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「人手不足に対応に向けた生産性向上の取組みに関する調査」(2017年12月)

(注)1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない

2. 「その他」の回答は表示していない。

平成30年 中小企業白書より抜粋

少子高齢化加速から、DX・自動化は益々求められる

☉☉ 一方で、地域を後押しする行政やDMOは、

地域全体の課題を常に把握して
もっと地域活性させたい！

リピーターを増やしたい！消費額を上げたい！収益性を改善したい！
そのためにDX推進したい！

しかし..

課題

このために外部から統計データ(人流データ、決済データ…等)を購入していても



- 1、コロナのようなリアルタイムな変化に対応できない
- 2、調査のみで、アクション促進・効果測定はできない
- 3、もっと事業者への提供価値を上げ、自主財源化したい

などの課題はあると思います



弊社は、自治体と事業者の間に立ち、
Googleマップデータ中心とした地域見える化・連携の構造を築きます





2、その上で、なぜGoogleビジネスプロフィール (GBP)か？

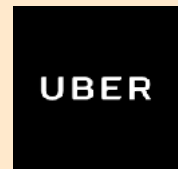
Googleマップは世界で最も利用されている旅行アプリです

No. 1



Google Maps

No. 2



No. 3



世界で最もダウンロードされている10の旅行アプリ2021

App	Downloads
1. Google Maps	106M
2. Uber	94M
3. Booking.com	63M
4. Google Earth	57M
5. Airbnb	44M
6. Didi	27M
7. Bolt	25M
8. Lyft	23.3M
9. Where Is My Train	23.1M
10. Grab	23M

Source : [Apptopia . com Research](https://www.apptopia.com/research)

📍📍 日本人＋訪日観光客みんなが使用しているアプリです

世界で12億人～ 「(近くの)〇〇」を検索する人は3年で**8**倍に 日本では4700万人/月



参照元：Google調べ



Googleマップでは、特定施設だけではなく、 世の中全スポットを探せるので、それだけデータが裏には溜まっているのです



予約



混雑情報



基本情報



写真



メニュー



動画



口コミ



施設オプション



既に全ての旅行予約がGoogleで実現

つまり、裏ではお金の流れも把握してきているということです

タビマエ

タビナカ



フライト



列車



宿泊施設
(ホテル/民泊)



オプションツアー



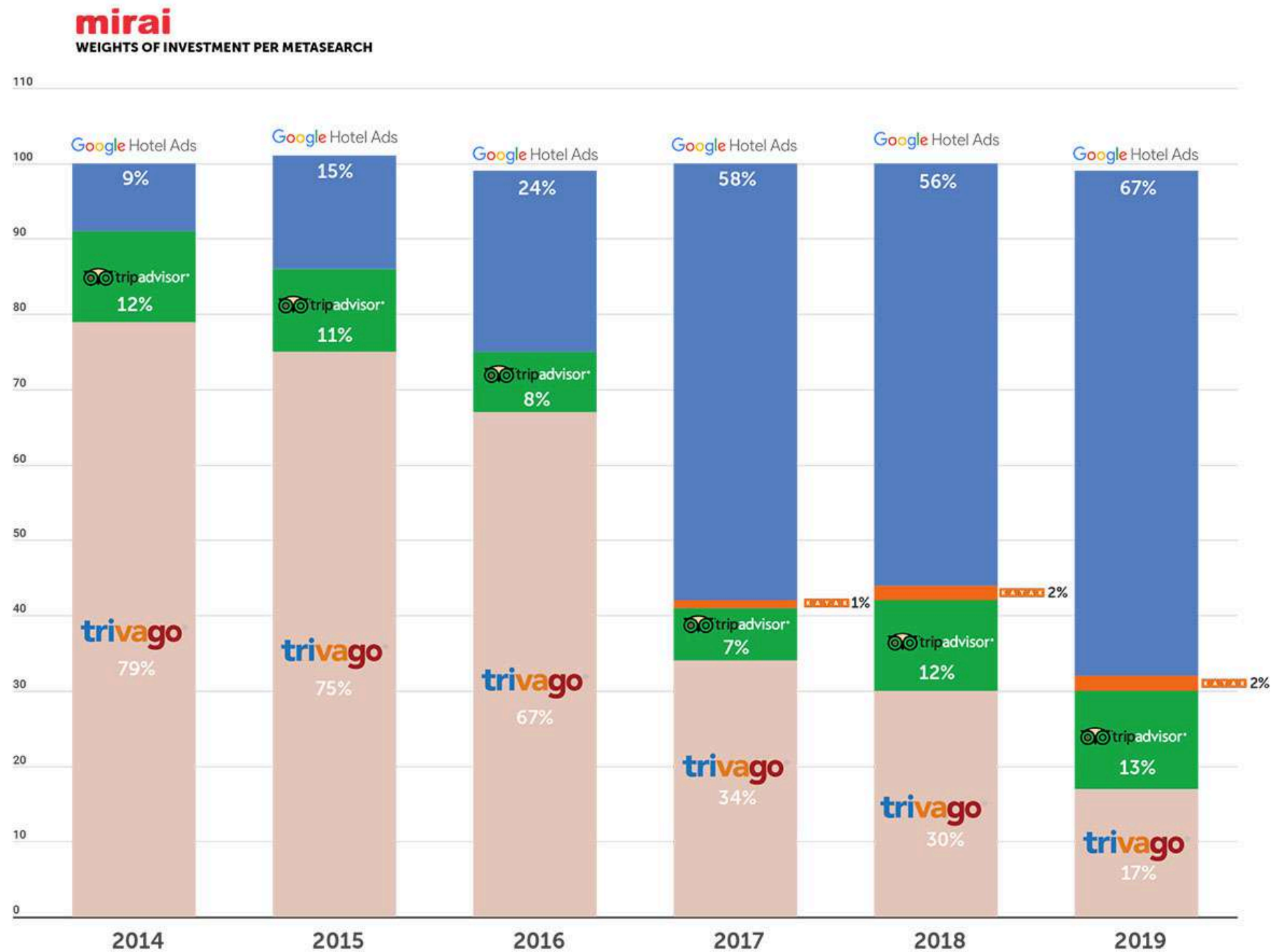
入場チケット
(水族館/タワー/温泉 等)



飲食店
(席の予約/テイクアウト/宅配)

👁 👁 ホテル比較サイトのシェア率

年々、グーグルの勢いが増しており、圧倒してきています

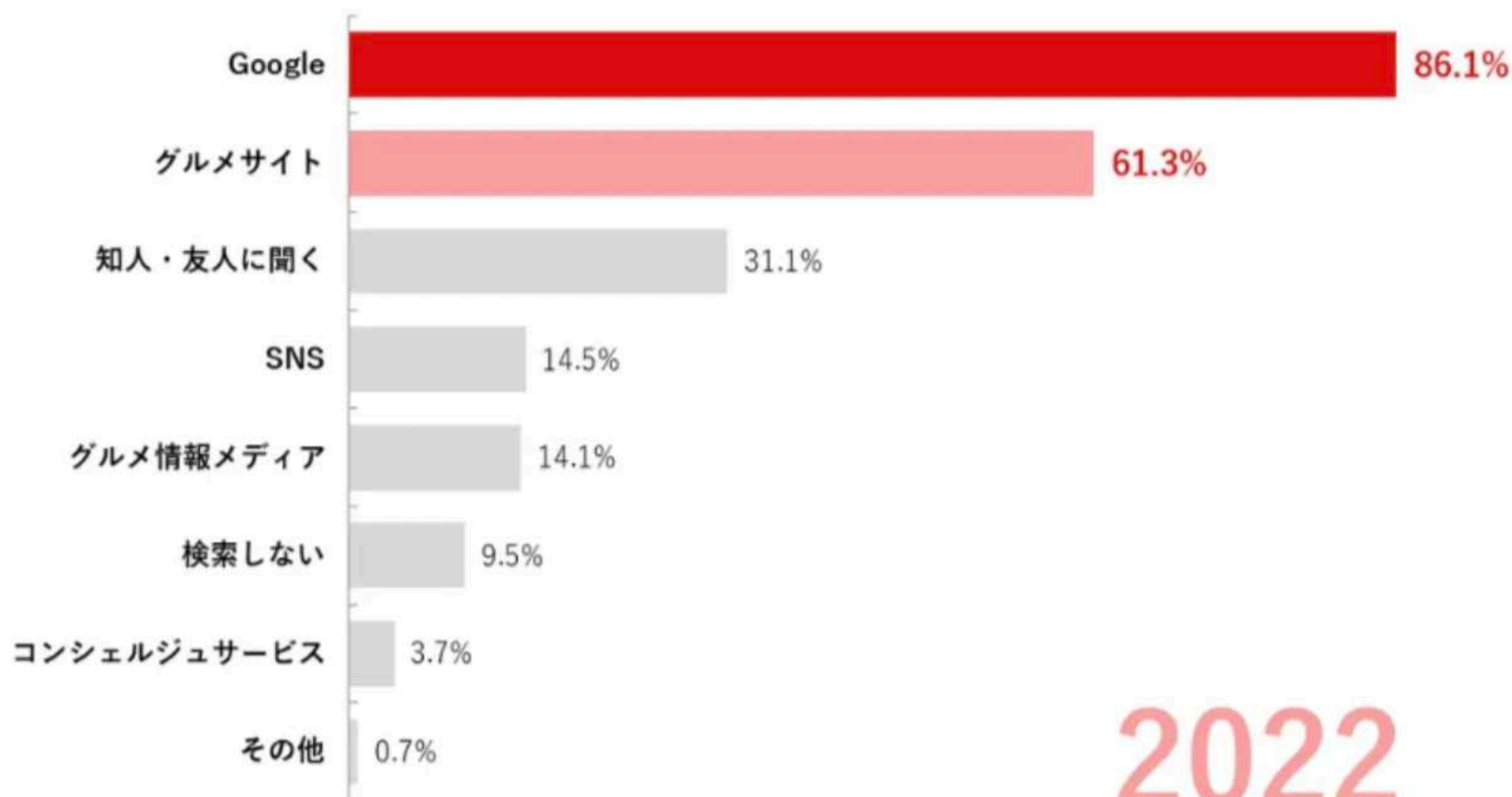


引用元：<https://www.mirai.com/blog/metasearch-engines-already-the-most-important-marketing-channel-and-growing/>

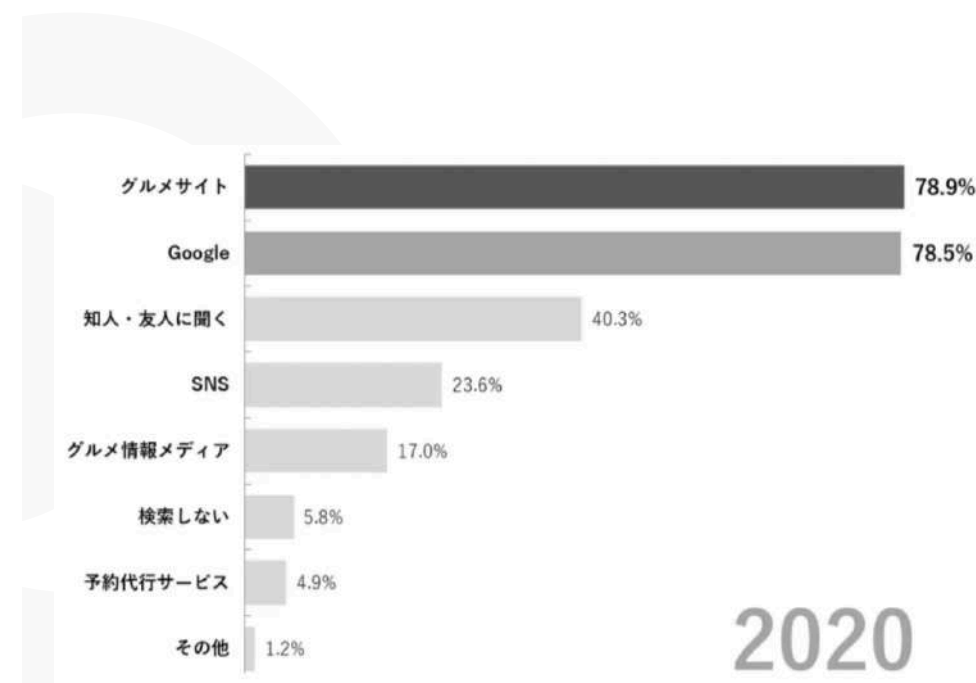
飲食店を選ぶ基準、グルメサイトを超えGoogleが1位に

飲食店を検索する際に、良く利用する手段が「Google」に

Q. 飲食店を検索する際、よく利用する手段をすべてお選びください。(n=1100)



2022



2020

※飲食店に限らず、各業種に共通した傾向があります。

データ元：飲食店予約顧客管理システム TableCheck
<https://www.tablecheck.com/ja/company/press/ota-survey-2022/>



これらを管理するツールが

「Googleビジネスプロフィール(GBP)」(旧: Googleマイビジネス)です

Google



Business Profile

①配信情報の入力

みやじマリン 宮島水族館

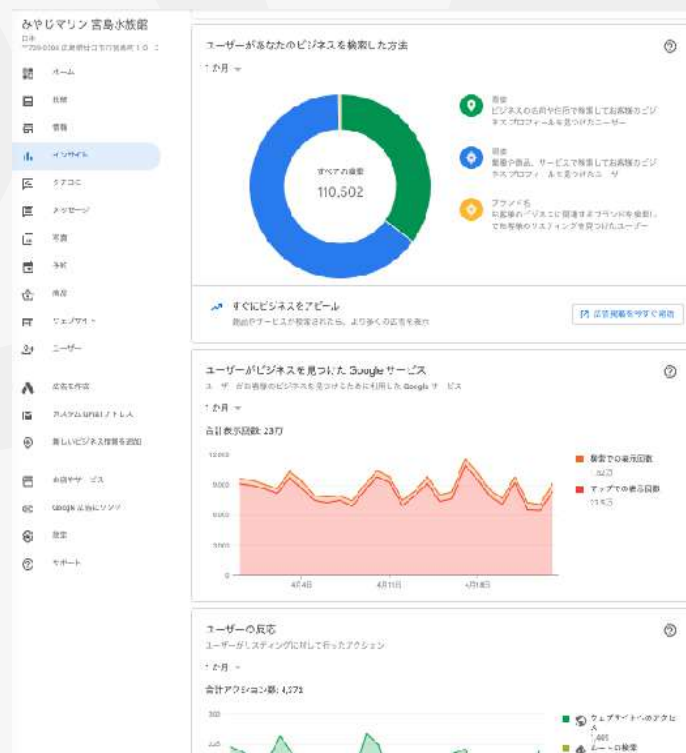
日本 〒759-0504 広島県 廿日市市宮島町 10-3

サービス提供地域の追加

日曜日	月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日
9:00-17:00	9:00-17:00	9:00-17:00	9:00-17:00	9:00-17:00	9:00-17:00	9:00-17:00

営業時間の詳細
営業時間を追加

②ユーザーの分析情報を確認



③口コミ返答

丸山リカ

★★★★★ 4日前

このユーザーはクチコミを書かず、評価だけ残しました。

みやじマリン 宮島水族館 (オーナー)

返信内容を入力

返信内容を Google で公開されます。また、Google ローカル リスティングのコンテンツポリシーに従っている必要があります。利用規約

返信を投稿

キャンセル

田原美穂

★★★★★ 5日前

このユーザーはクチコミを書かず、評価だけ残しました。

返信

片岡奈穂

★★★★★ 6日前

お魚見るの好き(´▽`)~♡

返信

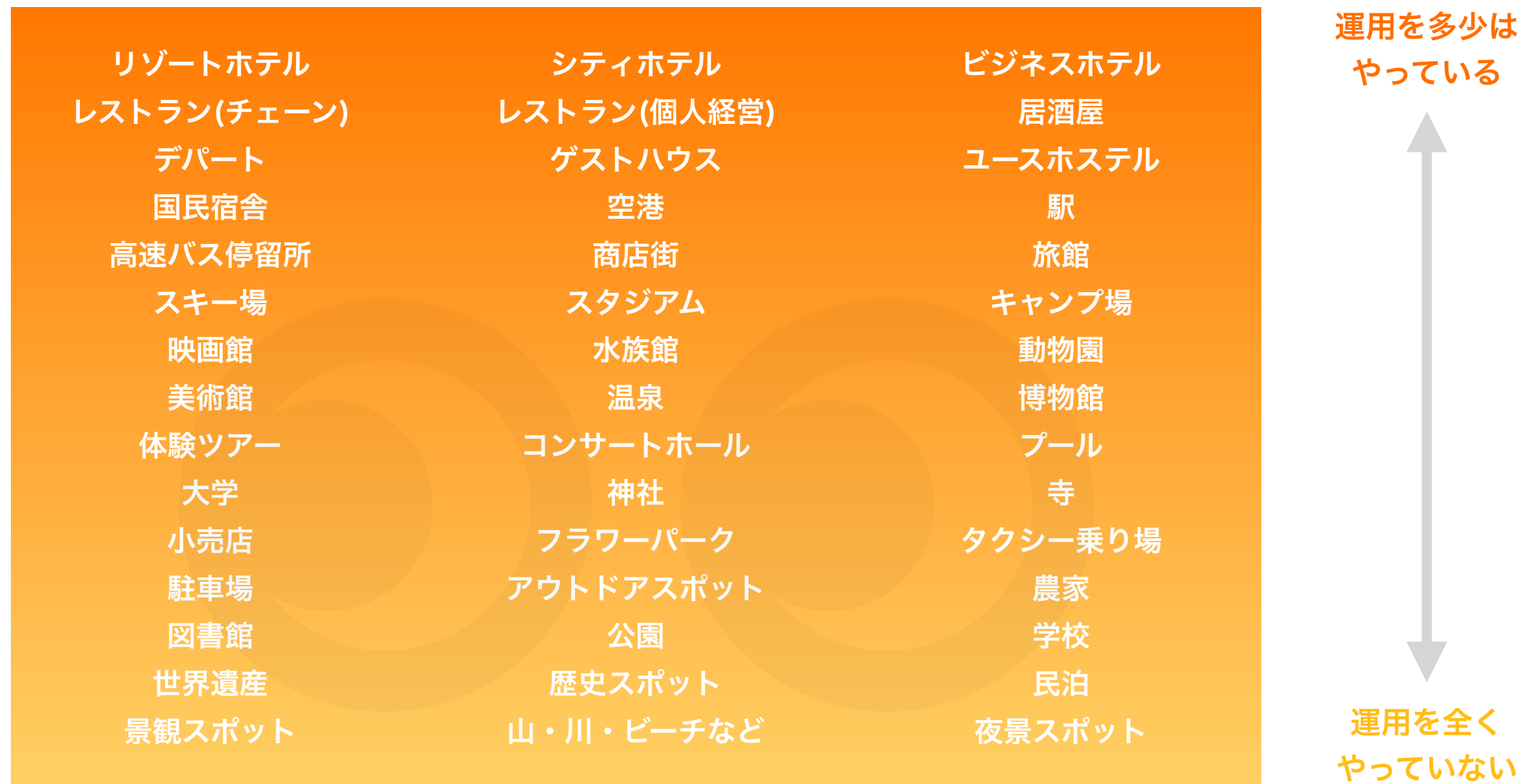
奥田信一郎

★★★★★ 6日前

このユーザーはクチコミを書かず、評価だけ残しました。

返信

しかし、運用している施設はごく一部！



今こそエリア全体で推進するチャンス

◎◎ こうした背景から、私たちは、行政経由で面でGBPを推進をしています



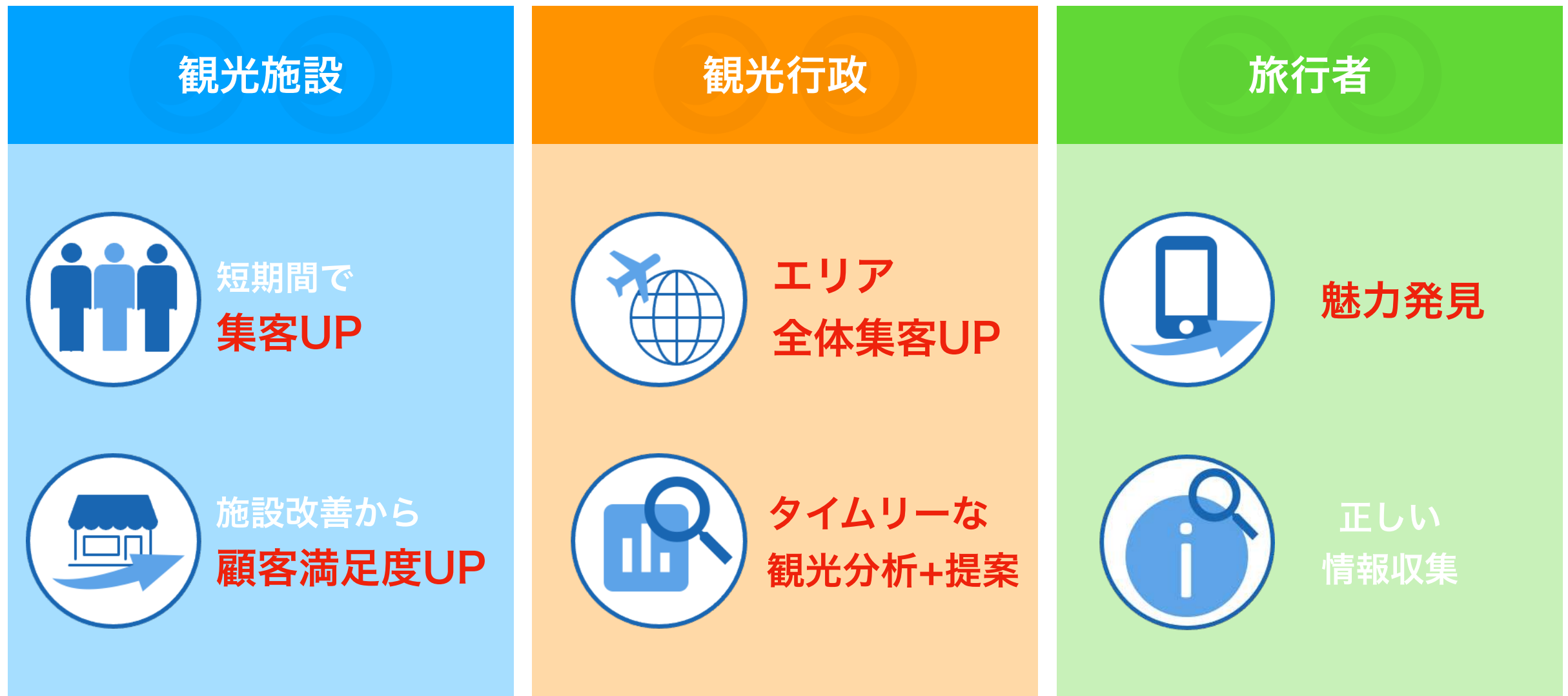
店舗向け支援

登録～運用&分析支援

自治体向け支援

地域全体の見える化・誘客施策の提案

◎◎ このビジネスモデルは、皆が喜びます



これらデータは観光地経営のインフラとなると考えています

3、事例



顧客対象は4種類

注力

観光庁/地方運輸局/DMO

(関東・東北等の広域地域)

案件規模

500万～2000万円

注力

都道府県

案件規模

300万～4000万円

市町村

案件規模

200万～700万円

個別観光施設

案件規模

4万～25万円/月

運用支援先 一部抜粋



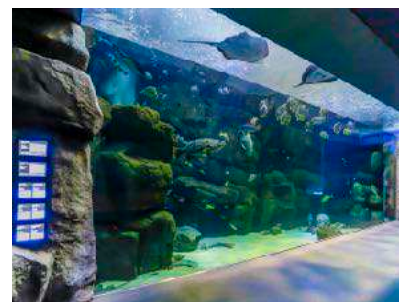
トムミルクファーム



神勝寺



OKOSTA



みやじマリン 宮島水族館



広島平和記念資料館



道の駅 スパ羅漢

2020-2021：Googleビジネスプロフィールの登録→2022：運用自走化を強化

広島県内の観光施設

300 施設の支援



広島県全域 2021年度実績 (2022/9~2022/3)

支援先全体の**94%が増加**を記録！支援先全体の**50%が1.2倍以上増加**！

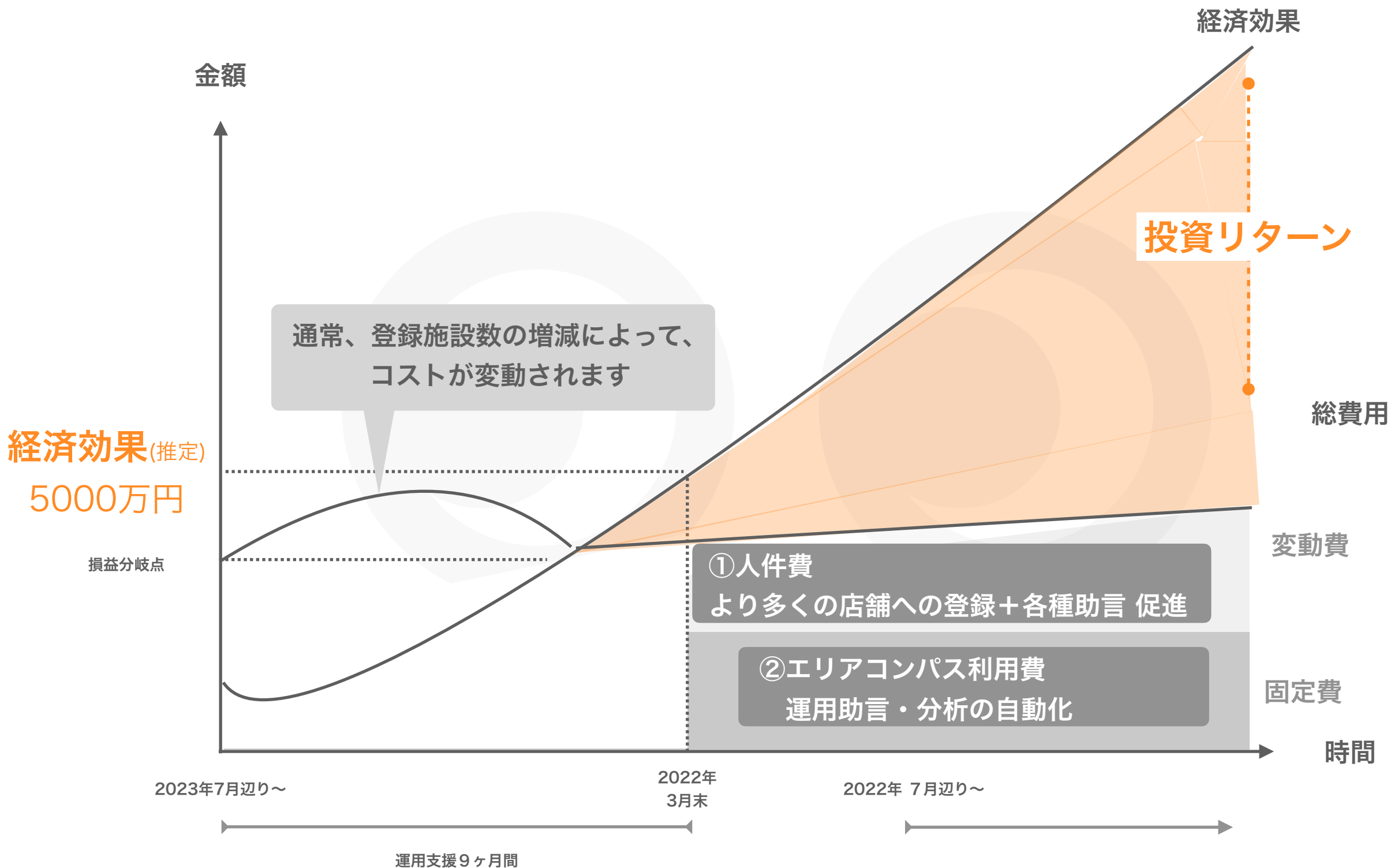
インサイトのまとめ

	2020年12-2021年3月				2021年12-2022年3月							
	検索数 (全種類プロフィール表示回数)	経路検索数	アクション数 (サイト+移動手段+電話)	写真閲覧数 (投稿者全種類メディア表示回数)	検索数 (全種類プロフィール表示回数)	前年比	経路検索数	前年比	アクション数 (サイト+移動手段+電話)	前年比	写真閲覧数 (投稿者全種類メディア表示回数)	前年比
廿日市市	3,180,596	23,550	40,306	3,631,683	3,788,096	119%	33,892	144%	58,336	145%	3,843,043	106%
広島市	9,967,867	57,748	84,936	6,048,644	15,765,859	158%	116,945	203%	160,760	189%	6,278,996	104%
呉市	1,031,275	48,666	593,293	45,383	794,137	77%	54,845	113%	412,151	69%	217,830	480%
竹原市	1,199,828	6,990	9,729	2,794,451	3,060,748	255%	10,164	145%	13,537	139%	2,192,298	78%
尾道市	3,797,574	21,723	31,046	1,885,663	4,070,433	107%	21,804	100%	33,567	108%	1,756,834	93%
福山市	3,040,334	23,777	35,472	2,469,543	4,869,194	160%	28,663	121%	42,362	119%	2,954,390	120%
江田島市	53,987	280	785	77,097	114,878	213%	451	161%	1,280	163%	106,041	138%
府中市	1,885,321	7,330	13,240	1,638,619	3,886,332	206%	7,762	106%	14,282	108%	1,403,540	86%
世羅町	962,811	13,451	16,830	1,058,676	1,074,174	112%	14,295	106%	18,043	107%	934,189	88%
北広島町	1,107,500	10,748	15,127	810,909	1,844,771	167%	11,804	110%	16,895	112%	1,153,718	142%
庄原市	3,559,328	86,937	135,758	4,972,002	5,891,373	166%	121,667	140%	171,622	126%	3,721,783	75%
神石高原町	486,823	7,020	9,266	622,373	822,347	169%	5,240	75%	7,398	80%	491,813	79%
東広島市	475,753	3,399	7,635	449,642	737,765	155%	5,240	154%	12,293	161%	505,487	112%
坂町	39,168	330	746	69,570	58,045	148%	346	105%	729	98%	54,560	78%
大崎上島町	462,202	5,846	10,723	688,472	765,743	166%	6,871	118%	11,888	111%	558,604	81%
安芸高田市	594,911	6,843	12,802	621,943	1,332,107	224%	12,187	178%	21,707	170%	876,936	141%

来店直結KPI(対象重要指標)



●● 下記のようなコスト・経済効果を想定しています。

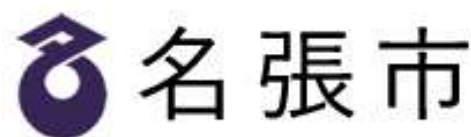


◎◎ 業界トップの実績(一部抜粋)：

都道府県・市町村 31件のGoogleビジネスプロフィール行政事業を実施中
2022年 36件へ拡大見込



長門市



A hand holding a chocolate ice cream cone against a blue sky with a large watermark logo.

4、エリアコンパスとは？

🎥🎥 エリアコンパス紹介動画

<https://youtu.be/fjpq7tPaxzQ>



自治体-事業者 地域見える化&連携プラットフォーム「エリアコンパス」

エリアコンパスの提供を行い、地域PDCAを回せます



🔍🔍 主な機能①：ダッシュボード

プロフィール閲覧者数

先月からの増減

投稿数

エリアや業種別の平均値

写真の閲覧数

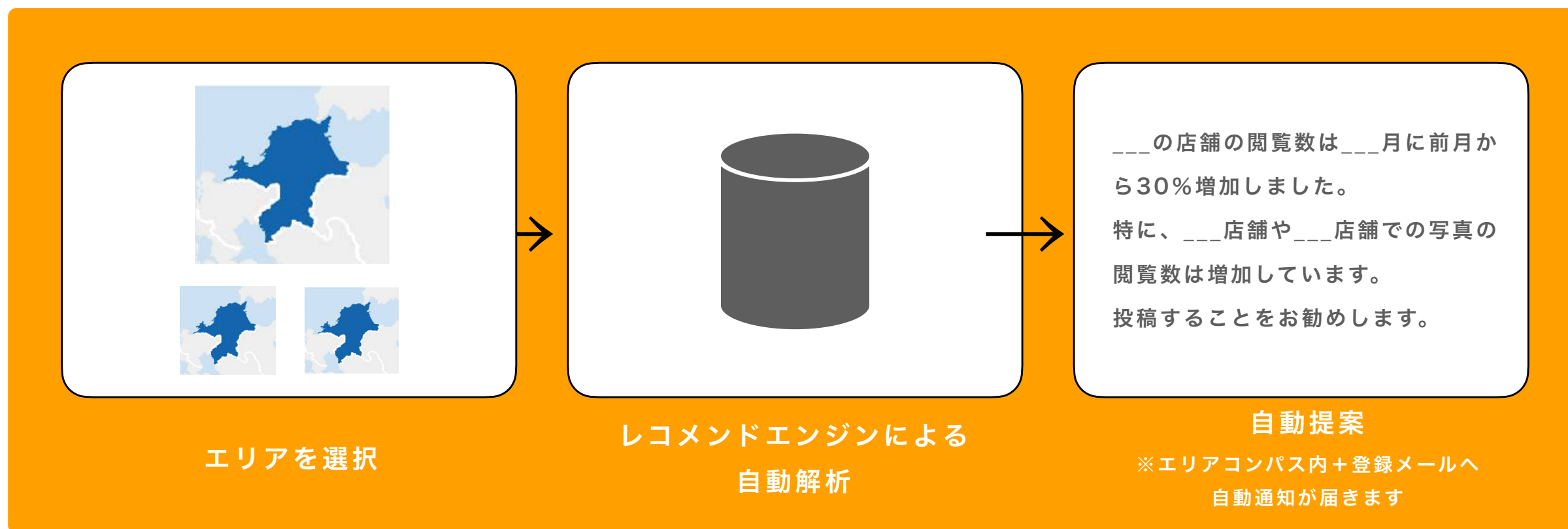
エリアや業種別の数値

ダッシュボードで
エリア・店舗ジャンル・
個別店舗の改善点がわかる



① ② 主な機能②：自動提案

特許申請中



自治体や各店舗が
それぞれ取るべきアクションを**自動提案**

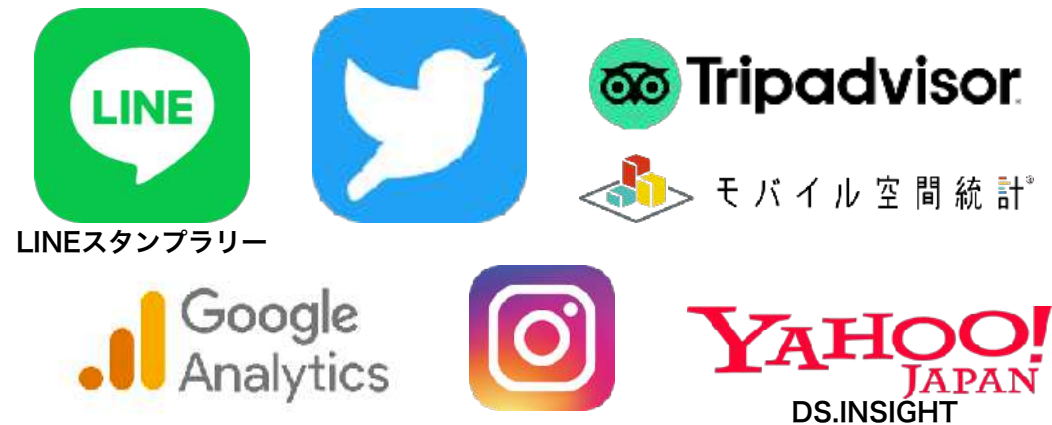
自治体 → **タイムリーなエリア分析**
+ **店舗への即時一括提案**

店舗 → **GBPはじめとしたデジタル運用自走化**



② ③ 主な機能③：多連携

検索のアクセスデータ



決済データ



Google
ビジネスプロフィール以外の
タビナカデータも統合
提案の高度化を実現
(2023年冬以降から順次接続)





5、エリアコンパスの画面 (自治体向け[地域視点])

①② エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

- ✓ 全てエリアコンパス内で、時期・エリア・業種をカスタマイズして、リアルタイムな動向分析が行えます
- ✓ その上で、レポート(PDF)はその場ですぐにダウンロード可能！

①全施設の重要KPI変動

重要な指標である

対象全施設の合計プロフィール閲覧数、合計画像閲覧数、合計ルート検索数の先月比がわかります。



③ 全施設のGBP対応状況をビジュアル把握

GBP基本情報入力済か？直近1ヶ月間内に投稿しているか？など**施設レベルでのアクション状況を施設数・施設一覧、どちらもご覧いただけます**。また、エリアコンパス内のメールを使用して、直接働きかけることも可能。



②地域全体・各市町村の課題や具体的な施策を自動的に提示 (2週間ごとに自動提案されます)

特許申請中

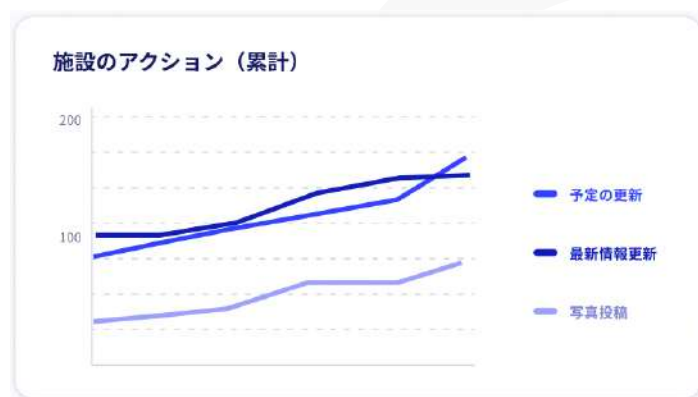


🔍🔍 エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

- ✓ 全てエリアコンパス内で、時期・エリア・業種をカスタマイズして、リアルタイムな動向分析が行えます
- ✓ その上で、レポート(PDF)はその場ですぐにダウンロード可能！

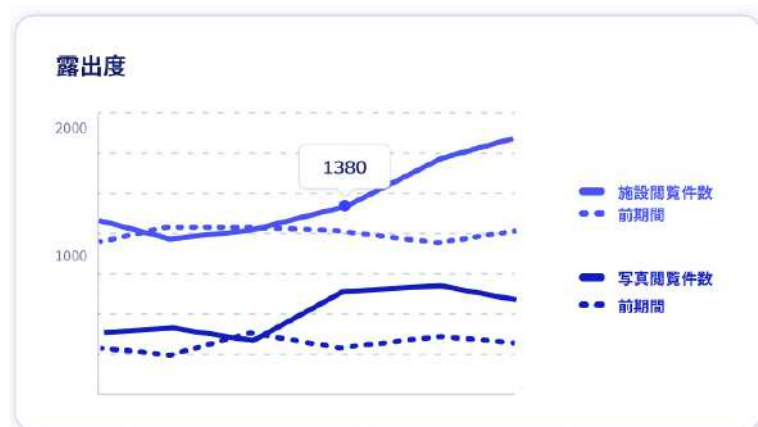
④ ③を踏まえた全施設のアクション累計推移

③の時系列版です。全施設でのイベントの投稿、最新情報の投稿、写真投稿の毎日の推移を閲覧できます。ですので、各施設がいつアクションを行っているか、努力を怠っているかというGBP活用量が見える化されます。



⑥ 全施設の露出件数 推移

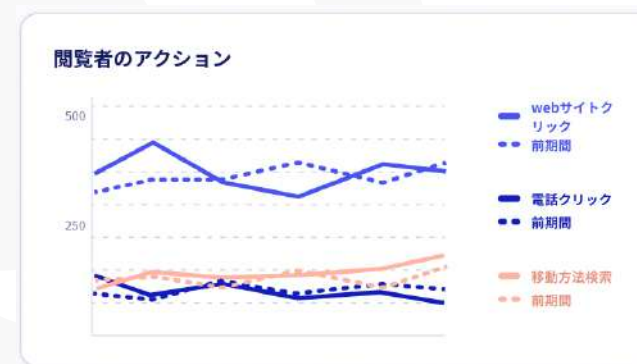
対象全施設における施設閲覧件数・写真閲覧件数の前期比での推移の違いを把握できます。



⑤ 全施設における閲覧者の各アクション推移

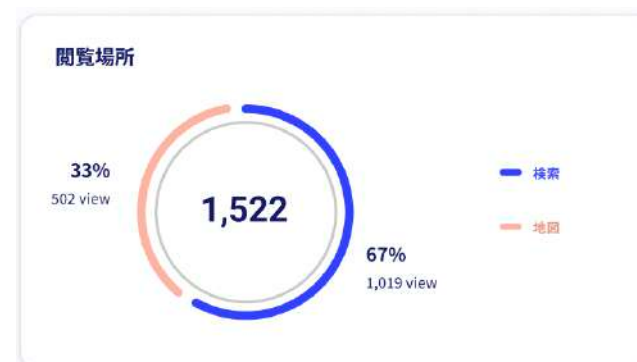
対象全施設におけるWEBサイトクリック数・電話クリック数・移動方法検索の前期比での推移の違いを把握できます。その他、全業種の予約数・購入数を把握できます。

※2023年秋には、ホテル・飲食店における業種毎の予約クリック数も機能導入の可能性があります。本機能が導入されれば、より精度の高い消費動向分析が可能となります。



⑦ 全施設における閲覧場所

対象全施設において、Google検索とGoogleマップ検索の全体割合がわかります。これをもとに、**広域マーケティング**として、**SEO対策**が適切か、**MEO対策**が適切かの判断がつきます。



エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

- ✓ 全てエリアコンパス内で、時期・エリア・業種をカスタマイズして、リアルタイムな動向分析が行えます
- ✓ その上で、レポート(PDF)はその場ですぐにダウンロード可能！

⑧ 市町村の閲覧数TOP20

対象全施設における各市町村の閲覧数ランキング1位～20位が分かります。合わせて、前期比成長率が分かります。これをもとに**人気市町村**や、**直近成長または減少市町村**が分かります。

閲覧数 / 自治体 TOP 20			
	施設数	直近28日	前期間比
1 広島市	1,259	16,699	↑ 27%
2 廿利氏	976	7,194	↑ 87%
3 福山市	1,189	3,194	↓ 9%
4 〇〇市	62	1,112	↓ 15%
すべて見る ▼			

⑩ 業種の閲覧数TOP20

対象全施設における各業種の閲覧数ランキング1位～20位が分かります。合わせて、前期比成長率が分かります。これをもとに**人気業種**や、**直近成長または減少業種**が分かります。

閲覧数 / 業種 TOP 20			
	施設数	直近28日	前期間比
1 レストラン	6,257	16,699	↑ 27%
2 ホテル	123	7,194	↑ 87%
3 神社仏閣	98	3,194	↓ 9%
4 〇〇市	326	1,112	↓ 15%
すべて見る ▼			

⑨ 施設の閲覧数TOP20

対象全施設における各施設の閲覧数ランキング1位～20位が分かります。合わせて、前期比成長率が分かります。これをもとに**人気施設**や、**直近成長または減少施設**が分かります。

閲覧数 / 施設 TOP 20		
	直近28日	前期間比
1 グランドプリンスホテル広島	16,699	↑ 27%
2 株式会社ミルキーファーム	7,194	↑ 87%
3 三井ガーデンホテル 広島	3,194	↓ 9%
4 天然温泉ホテルリブマックスPREMIU…広島	1,112	↓ 15%
すべて見る ▼		

11 各市町村×各業種での登録件数

各市町村×各業種(ホテル/レストラン/カフェ/神社仏閣/ショッピングモール/温泉 等)の登録件数がわかります。これをもとに、各市町村または業種の対応度合が分かります。ですので、現状の各市町村や施設との連携度合が分かります。これをもとに、**今後の強化部分をどうすべきか？判断**つきます。

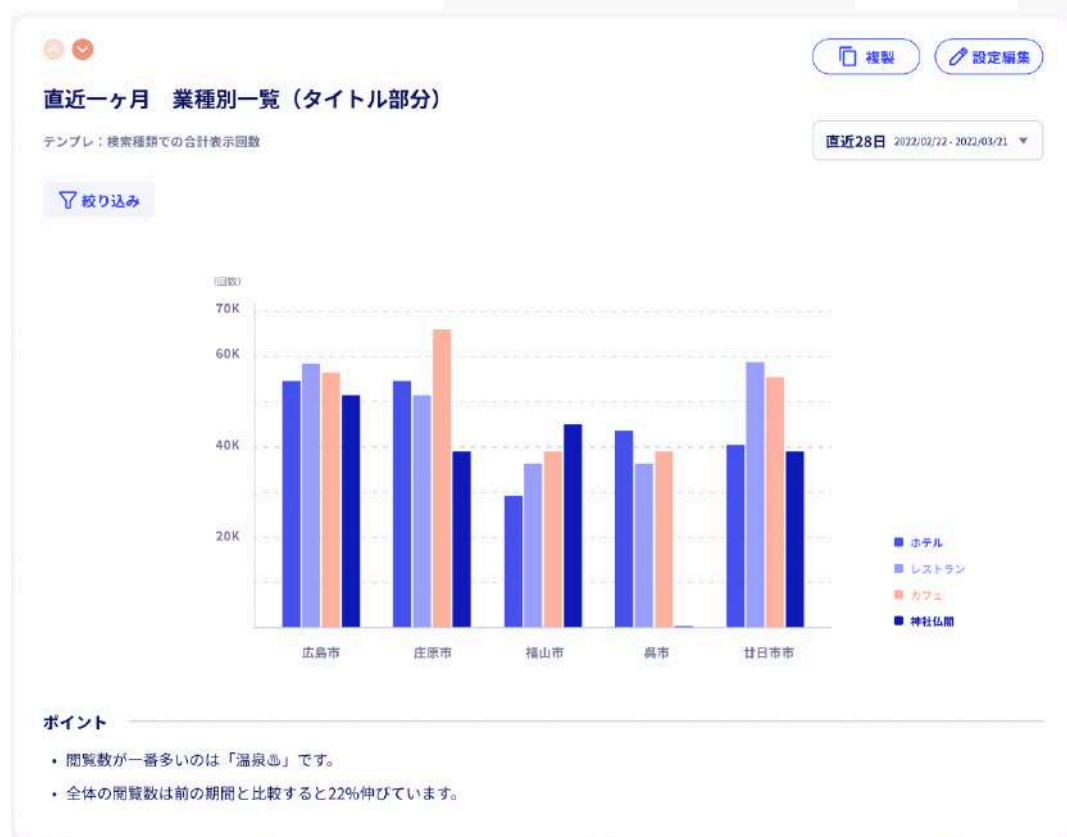
	ホテル	レストラン	カフェ	神社仏閣	合計
広島市	7,231	7,231	7,231	7,231	97,231
庄原市	7,123	7,123	7,123	7,123	68,123
福山市	5,409	5,409	5,409	19	32,409
呉市	1,292	1,292	1,292	-	21,292
廿日市	4,121	1,421	4,121	321	12,121
合計	12,121	12,121	12,121	12,121	992,121

🗺️🗺️ エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

- ✓ 全てエリアコンパス内で、時期・エリア・タグ(下呂温泉 等)・業種をカスタマイズして、リアルタイムな動向分析が行えます
- ✓ その上で、レポート化はその場ですぐにダウンロード可能！

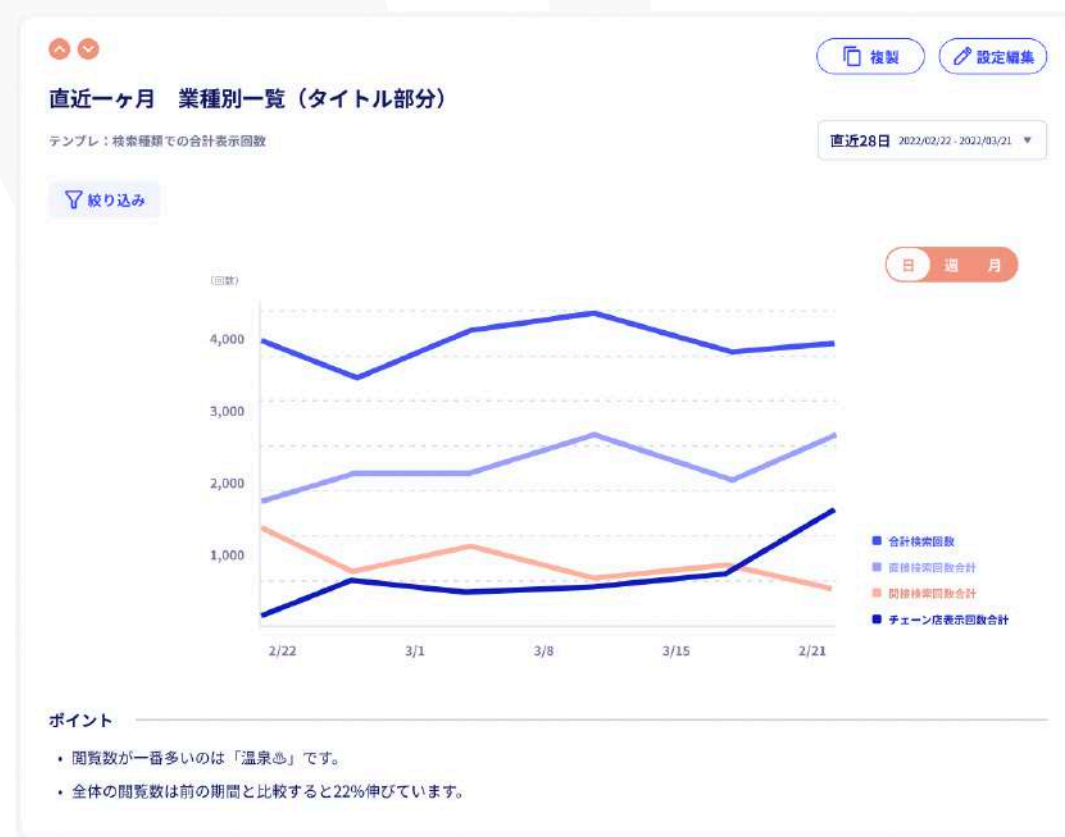
12 各市町村×各業種の検索表示回数

各市町村における各業種(ホテル/レストラン/カフェ/神社仏閣/ショッピングモール/温泉 等)の検索表示回数がわかります。これをもとに、各市町村の状態や業種ごとの課題や凄さが分かります。さらに具体的にどの施設が牽引しているかも自動的に教えてくれます。



13 指定業種における検索数(直接/間接) 推移

指定業種における検索数(直接/間接) 推移がわかります。これをもとに、指定業種において、消費者の大枠のニーズが分かります。例えば、間接検索が多い場合、消費者は、施設名検索ではなく、ニーズ検索(ex. 餃子/フレンチ/寿司)が多いという意味になります。ですので、そのような業種の場合は、よりGoogleマップ対応をもっと力入れる必要があると思います。地域としては、それを把握し、次年度に対応するか否か検討する材料になります。



エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

- ✓ 全てエリアコンパス内で、時期・エリア・タグ(下呂温泉 等)・業種をカスタマイズして、リアルタイムな動向分析が行えます
- ✓ その上で、レポート化はその場ですぐにダウンロード可能！

14 各業種の検索場所×デバイスの割合

各業種(ホテル/レストラン/カフェ/神社仏閣/ショッピングモール/温泉 等)の検索場所×デバイスの割合がわかります。これをもとに、業種ごとの特徴が分かります。これも前述同様、業種ごとの特徴を踏まえて、業種ごとに力を入れるべきことが分かります。



15 市町村×業種の閲覧数

各市町村×各業種の閲覧数がわかります。これをもとに、各市町村または業種の特徴が見えてきます。また、対象期間を変えてみるにより、その変化を知り、課題や改善点を見出すこともできます。



エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

- ✓ その他、プロジェクト遂行中に「こういう分析はできないか？」というアイデアがございましたら、エリアコンパス内で、見たい指標 × 県全体・市町村・業種・時期・タグ(下呂温泉 等)を掛け合わせ、その場でグラフ作成いただけますし、作成後はタイムリーな変化をいつでもご覧いただけます。
- ✓ また、作成したグラフを編集することもできます。

新規グラフ作成



エリアコンパス

新規グラフ作成

カスタムグラフ作成

名称 任意

40字以内（名称が未入力でもかまいません。その場合、次の項目「種類」から選んだグラフの名前が自動的に入ります。）

グラフにはオリジナルのタイトルがつけられます

種類 必須

作成したいグラフを選択してください。

施設プロフィール露出度（表示箇所）

全施設 時系列 表示箇所別
プロフィール表示回数 合計

全施設 時系列 表示箇所別
プロフィール施設数表示回数 平均

全施設 検索範囲
プロフィール表示の割合

施設プロフィール露出度（検索種類）

検索種類
表示回数 合計

検索種類
施設数表示回数 平均

直接・間接・店舗系列
検索表示の割合

省略

投稿閲覧数

全施設 時系列
合計投稿閲覧回数

全施設 時系列
平均投稿閲覧回数

業種別合計
投稿閲覧回数 (TOP10 + その他)

市区町村別合計
投稿閲覧回数 (TOP10 + その他)

業種別合計 時系列
投稿閲覧回数 (TOP5 + その他)

市区町村別合計 時系列
投稿閲覧回数 (TOP5 + その他)

業種別 施設毎平均
投稿閲覧回数 (TOP10 + その他)

市区町村別 施設毎平均
投稿閲覧回数 (TOP10 + その他)

業種別 施設毎平均 時系列
投稿閲覧回数 (TOP5 + その他)

市区町村別 施設毎平均 時系列
投稿閲覧回数 (TOP5 + その他)

キャンセル 作成

グラフ編集



エリアコンパス

グラフ編集

カスタムグラフに切り替え

名称 任意

40字以内（名称が未入力でもかまいません。その場合、次の項目「種類」から選んだグラフの名前が自動的に入ります。）

直近一ヶ月 業種別一覧 xx市限定

種類 必須

施設プロフィール露出度（表示箇所）

全施設 時系列 表示箇所別
プロフィール表示回数 合計

全施設 時系列 表示箇所別
プロフィール施設数表示回数 平均

全施設 検索範囲
プロフィール表示の割合

施設プロフィール露出度（検索種類）

検索種類
表示回数 合計

検索種類
施設数表示回数 平均

直接・間接・店舗系列
検索表示の割合

省略

投稿閲覧数

全施設 時系列
合計投稿閲覧回数

全施設 時系列
平均投稿閲覧回数

業種別合計
投稿閲覧回数 (TOP10 + その他)

市区町村別合計
投稿閲覧回数 (TOP10 + その他)

業種別合計 時系列
投稿閲覧回数 (TOP5 + その他)

市区町村別合計 時系列
投稿閲覧回数 (TOP5 + その他)

業種別 施設毎平均
投稿閲覧回数 (TOP10 + その他)

市区町村別 施設毎平均
投稿閲覧回数 (TOP10 + その他)

業種別 施設毎平均 時系列
投稿閲覧回数 (TOP5 + その他)

市区町村別 施設毎平均 時系列
投稿閲覧回数 (TOP5 + その他)

キャンセル 保存

エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

✓ レポートでは下記のように、各市町村×各指標をクロス分析させ、全体動向を示すことができます。これにより、成長と減少都市を把握し、原因を探ることでさらなる地域全体の活性政策を探ることができます

各店舗・各エリア・各ジャンル毎の 事業前後の総合パフォーマンスがわかる

	総合パフォーマンス	プロフィール表示回数	直接検索	間接検索	画像	投稿	経路検索	アクション	アクション率	検索場所1位	検索場所2位	検索場所3位
A市	1位	74,955	50%	50%	73	12	2,034	5,996	8%	関市	岐阜市	各務原市
B市	2位	218,892	55%	45%	43	24	2,869	9,851	5%	関市	岐阜市	名古屋市
C市	3位	66,990	30%	70%	26	6	563	1,707	3%	関市	岐阜市	亀山市
D市	4位	39,999	20%	80%	13	11	260	603	2%	関市	岐阜市	瑞穂市
E市	5位	1,249	55%	45%	53	11	42	138	11%	笠松町	瑞穂市	関市

16 各市町村(or各業種)の総合比較表

各市町村(or各業種)とを比較した総合比較表を作成できます。これをもとに、各市町村の状態や業種ごとの課題、成果や連携度合が分かります。例えば、具体的にどの市町村(or業種)が牽引しているか分かります。

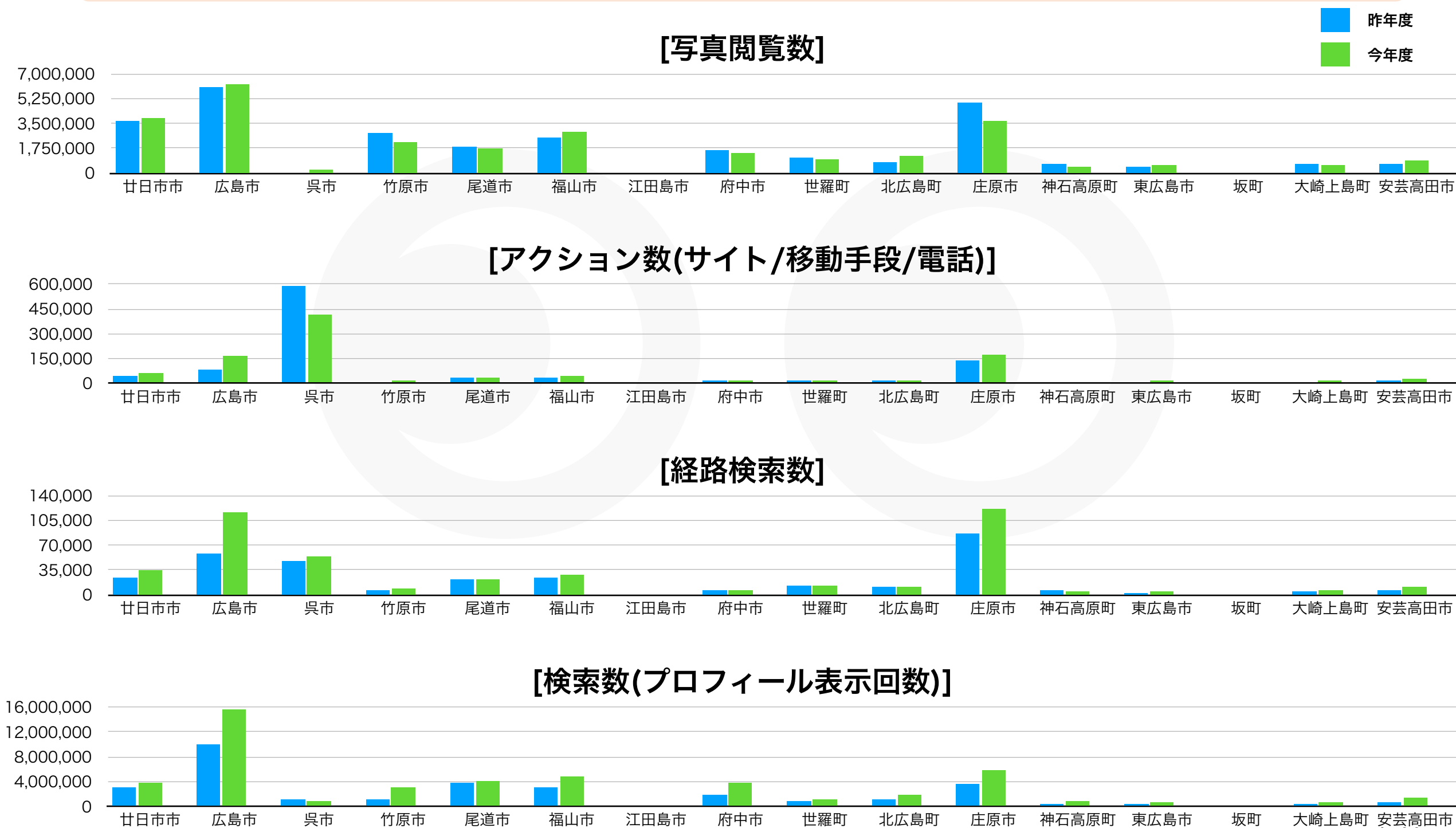
17 各市町村の検索場所ランキング

各市町村とを比較した検索場所ランキングを作成できます。これをもとに、各市町村の対象がどこから検索しているか？の全体像が見えてきます。これにより、今後の広域マーケティングにおいて、どこにいるユーザーに広告や各種マーケティング施策をやるべきか？という優先順位がつきます。



エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

✓レポートでは支援前後の数字パフォーマンスを比較



🌀🌀 エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

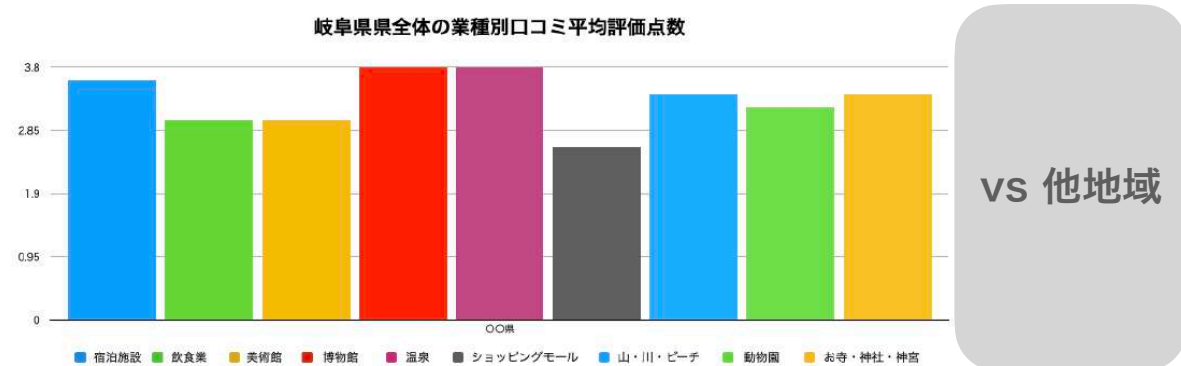
ロコミ分析もエリアコンパス(ロコミ分析はリーゴ社内ツール)を活用し、半自動化で分析可能です



エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

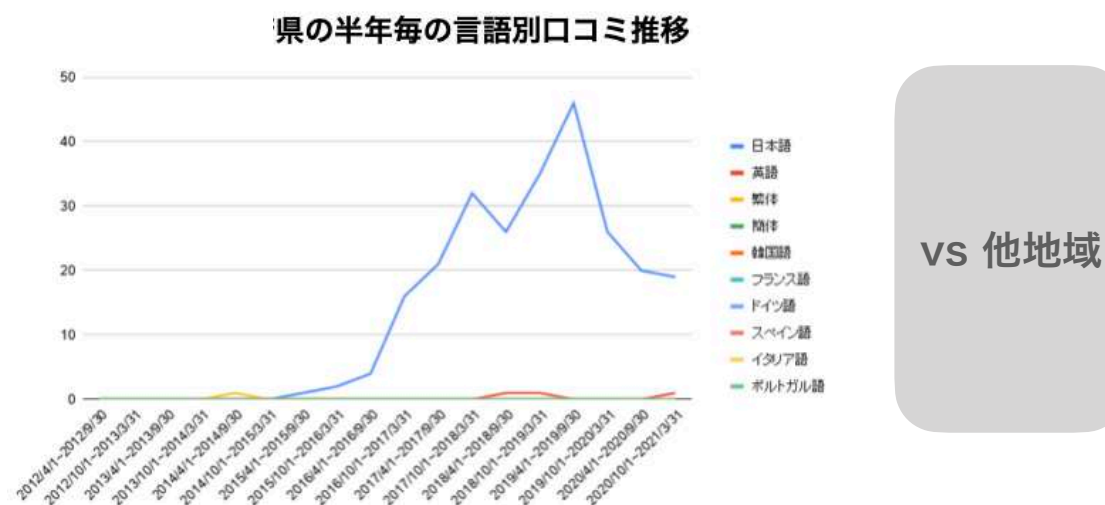
18 他地域との業種 口コミ平均評価点数 比較

ベンチマークする他地域との業種比較が行えます。これにより、地域がベンチマークする他地域と比較して、**全体や各業種での魅力や課題感を把握し、今後の業種をさらに強化すべきか？の判断につながります。**



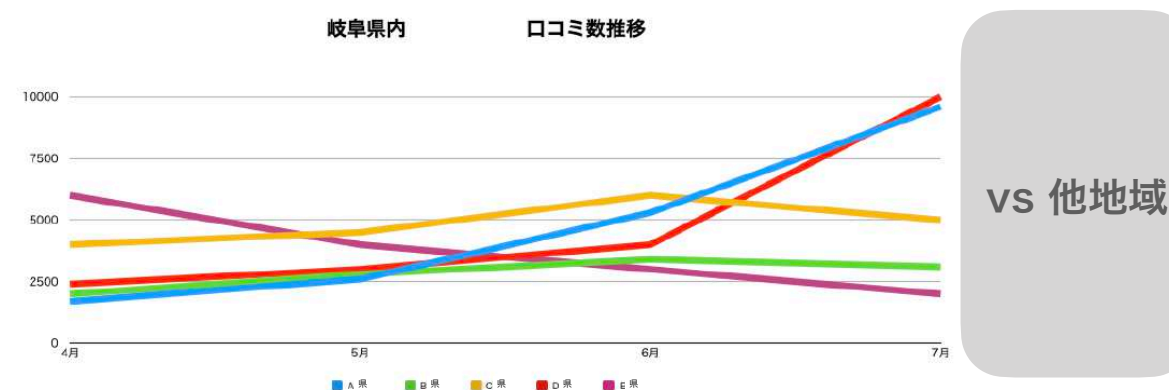
20 他地域との言語別口コミ数推移 比較

ベンチマークする他地域との言語別口コミ数推移比較が行えます。これにより、地域がベンチマークする他地域と比較して、**地域のインバウンド人気成長度を言語別に把握**できます。



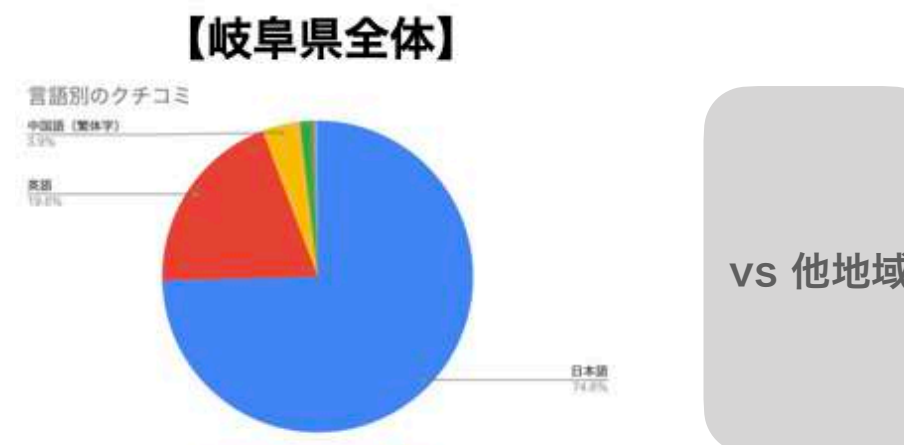
19 他地域との口コミ数推移 比較

ベンチマークする他地域との口コミ数推移比較が行えます。これにより、地域がベンチマークする他地域と比較して、**地域の成長度を把握し、地域の直近の人気度変動を把握**できます。



21 他地域との口コミ言語割合 比較

ベンチマークする他地域との口コミ言語割合比較が行えます。これにより、地域がベンチマークする他地域と比較して、**地域のインバウンド割合を言語別に把握**できます。



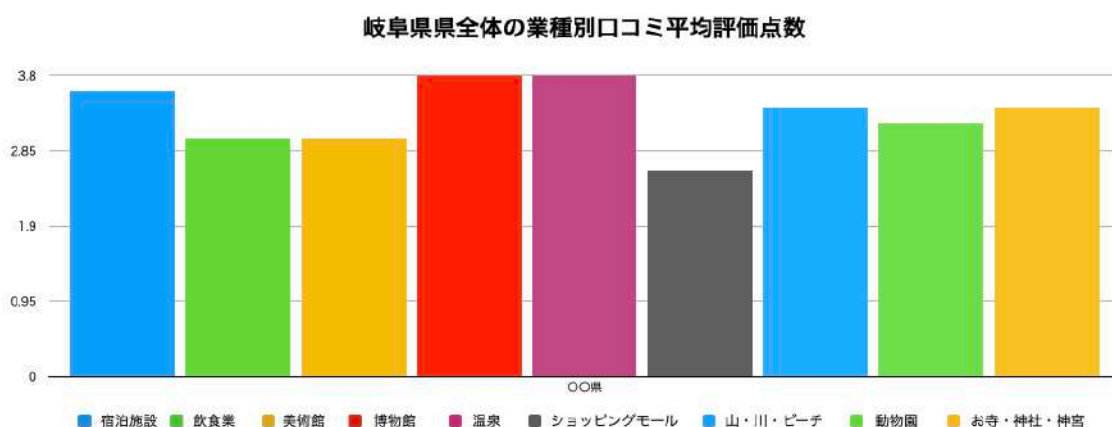


エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

【地域内動向】

22 地域内 口コミ平均評価点数 比較

対象全施設の口コミ平均評価点数 比較が行えます。これにより、**地域が目指す全体像に対してのギャップや課題**が分かります。例えば、観光地としての成長を考える場合、観光業種全体の平均評価点数が高いことが望めます。下記のグラフで言えば、宿泊施設/温泉/博物館などの観光施設は平均評価点数が高いものの、飲食業は低いことが見受けられます。したがって、**飲食業の平均評価点数を上げる**ことが全体として重要だということが分かります。



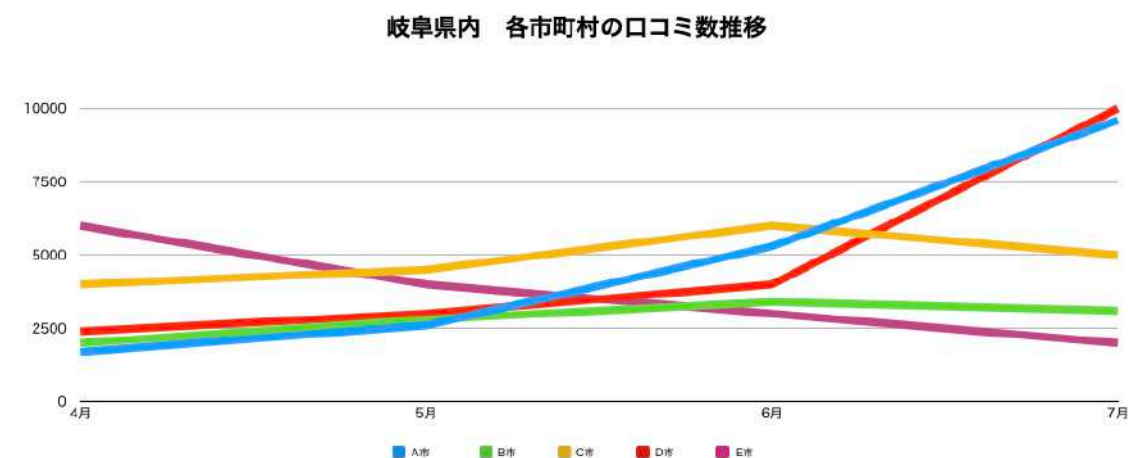
24 全施設の口コミ数TOP20

対象全施設における口コミ数ランキング1位～20位が分かります。合わせて、前期比成長率が分かります。これをもとに**人気施設や、直近成長または減少施設**が分かります。

口コミ数 TOP 20		
	直近28日	前期間比
1 グランドプリンスホテル広島	16,699	↑ 27%
2 株式会社ミルキーファーム	7,194	↑ 87%
3 三井ガーデンホテル 広島	3,194	↓ 9%
4 天然温泉ホテルリブマックスPREMIUM 広島	1,112	↓ 15%
すべて見る		

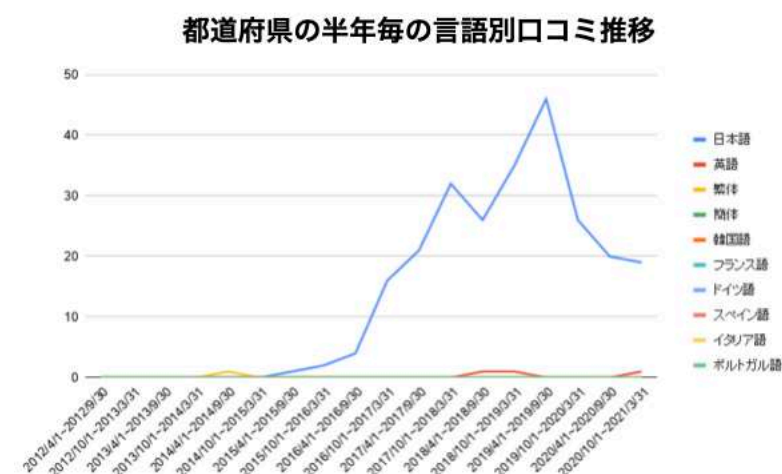
23 地域内 市町村の口コミ数推移 比較

対象全施設における 市町村の口コミ数推移 比較が行えます。これにより、**どの市町村が成長しているか、減少しているか、**が分かります。



25 全施設の言語別口コミ数推移

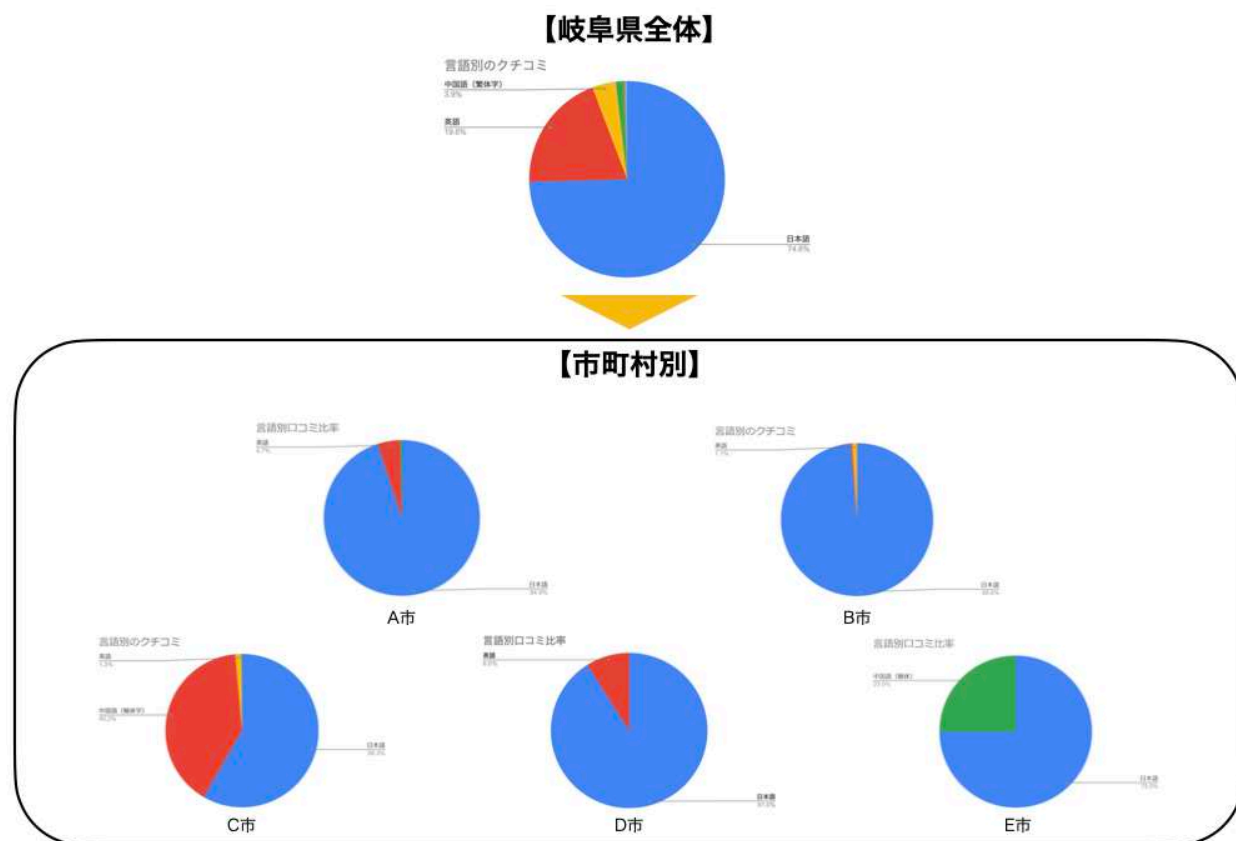
対象全施設における言語別口コミ数推移が分かります。**各言語でのインバウンドの成長度・減少度**が分かります。



エリアコンパスの画面(自治体向け[地域視点])

26 各市町村の口コミ言語割合

各市町村の口コミ言語割合が分かります。これにより**インバウンドの人気都市**が分かります。



27 地域全体の口コミネガポジキーワード検出

(本分析項目は業務報告提出時までには開発が間に合うか分かりませんので、必ずしも対応できるものではございません。参考としてご参照ください)

地域全体の口コミのネガティブ・ポジティブのキーワード検出ができます。これをもとに、ユーザーにおける地域内の重要キーワードを炙り出していきます。

時期	評価	口コミの一例	
過去 2019年10月 ～2020年3 月	★★★★★	蕎麦が美味しかったです。スタッフの方も若く、丁寧な方がいらっしゃいました。温泉も、満足度が高いです！！	強化すべきポイント
	★★★★☆	道中の道がバイク乗りとしては楽しい道なのでちょうどいい休憩スポットになってます。こじんまりしていて入りやすくとても良いお湯でした(๖^๖)ドライヤーが強力で良かったです(๖^๖)お店の方も親切で気さくでお風呂上がりのコーヒーもおいしかったです。	改善すべきポイント
	★★★☆☆	長時間の運転に疲れてたまたま見つけた道の駅。山に囲まれ空気は美味しく温泉もあり食事までできて最高です！と言いたいのですが、少し車内で仮眠を取ろうと思っても走り屋が爆音で走行し始めて全く休む事ができませんでした。	強化すべきポイント
現在 2020年4月 ～	★★★★★	温泉やごはんも楽しめます。駐車場が混みやすいので、早めや遅め、ゴールデンタイムは外した方がスムーズに行けます。	強化すべきポイント
	★★★★☆	ナイスコストパフォーマンスだと思います。温泉にも入りましたが内風呂の浴室がサウナと間違えくらいに暑かったので内風呂には入りませんでした。もう少し換気に気を配らないと熱中症でお年寄りが倒れるかもです。露天風呂は極めて快適です。アブがブンブン飛	強化すべきポイント
	★★★☆☆	道の駅の店内は狭いし品揃えも少ない。休日はお風呂に入りにくる客が多い上、駐車場が狭いのですぐ満車になり混雑する。走り屋が休憩場所にする道の駅でバイク乗りのマナーがとにかく悪い。駐輪場も無く長時間バイクを止めて話し込んでいる。入浴施設と分けて駐車場を造るなり考えて貰いたい。	改善すべきポイント
	★★☆☆☆	休日はいつも混雑している感じです。頻繁にトイレの掃除をしないと、気持ちよく利用で	強化すべきポイント

🌀🌀 ツアーアクティビティ商品 世界・国内トップやライバルとの比較 (2023年冬～)

主要10の比較サイト「Liigo(リーゴ)」商品データを観光地経営に活かす



下記に役立ちます

自治体・DMO向け

- ①既存のオプションツアー商品の磨き上げ
- ②観光地の新しい魅力を発見

どうやって？

エリア毎(世界/日本/地域/都道府県/市町村)の商品数/単価の幅/平均商品単価/評価点数/口コミ数/商品タイプ/アクセス数/予約内容/属性のデータを比較、また口コミ内容からの改善点を洗い出し、既存商品の強み・弱み、トレンドを踏まえた商品造成ができていくか？を見直し、地域全体のマーケティング政策を立案します



6、エリアコンパスの画面 (施設向け)

エリアコンパスの画面(施設向け)

観光施設は、エリアコンパスを使うことで、様々な新しい価値を受けられ、持続成長できます！

いつでも、自動分析レポート(PDF)を出力できる！

対象施設は今やるべき自動提案を受けられる！

(2週間ごとに自動更新)

対象施設は、基本対応内容に対して、
何ができていて何ができていないのか？
チェックできる！

対象施設 vs 全国/対象地域の同業種比較 機能

(2023年11月に導入する機能)

自動口コミ分析機能

(現在は、リーゴ社内で使える状態。2023年7月に観光事業者も自身で利用可能に)

特許申請中

The screenshot shows the 'エリアコンパス' (Area Compass) interface for a facility named 'トムミルキーファーム' (Tomilky Farm). The interface includes a header with navigation links like '施設一覧へ戻る' (Return to facility list), 'PDF' (Download PDF), 'メール' (Email), and '施設のGoogleマイビジネス' (Facility's Google My Business). The main content area is divided into sections: '基本情報' (Basic Information) showing location (広島県広島市), category (レストラン), and affiliation (広島観光協会); 'レポート' (Report) with 'おすすめアクション' (Recommended Actions) such as increasing photo views and updating facility information; and '基本チェックリスト' (Basic Checklist) with items like '施設の説明文' (Facility description) and '最後の投稿' (Last post). A '重要な指数' (Important Index) table compares the facility's performance with national and regional averages.

	直近28日	その前28日	増減率
プロフィール表示回数	16,699	14,699	↑ 27%
写真閲覧回数	7,194	8,699	↓ 15%
サイトへのアクセス数	3,194	3,699	↓ 9%
ルート検索回数	1,112	1,113	0%
口コミ数	99	78	↑ 18%

An aerial photograph of a desert landscape featuring vibrant red soil, scattered green shrubs, and numerous small, light-colored rock formations. Two large, semi-transparent circles are overlaid on the image, one on the left and one on the right, each containing a smaller, solid-colored circle of the same hue. The text '7、エリアコンパスのビジョン' is centered horizontally across the middle of the image.

7、エリアコンパスのビジョン



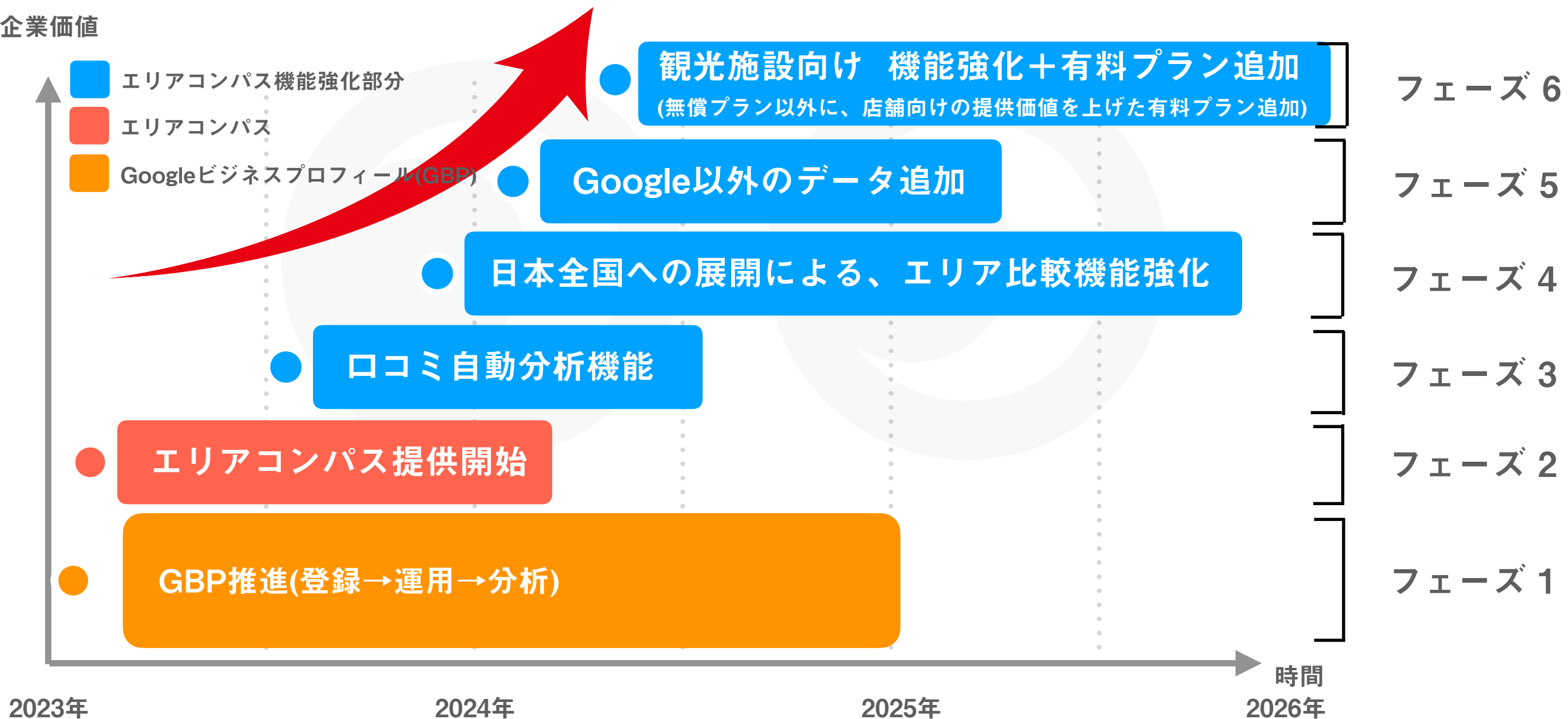
目的：DMOと観光事業者とが、
Googleマップデータ中心とした地域見える化・連携の構造を築きます



🕒🕒 ビジョン達成に向けたフェーズ

「データ経営」を実現→地域全体の生産性向上

企業価値





8、弊社全体について



Vision

旅行の
面倒をゼロに。
感動を最大に。

WEBマーケティング会社売却経験 & 世界一周経験



代表取締役 宮本 秀範

福岡出身。高校時代、サッカー選手を目指した後、IT普及の時代の最中でビジネスの魅力を知り、起業家としての成功を志し始める。

獨協大学在学中、20代向けマーケティングの株式会社COMUNを設立、2011年売却。

その後、はじめての海外旅行で上海に行った時の様々な発見や刺激を忘れられず、早いうちに、世界一周することを決意。

単なる世界一周ではなく、世界大学調査プロジェクトを発足し、HIS創業者 澤田秀雄氏、Softbank創業者 孫正義氏、厚生労働大臣(当時)細川律夫氏をはじめ、14企業から協賛をもらい、BRICs/NEXT11/G8圏内27カ国52トップ大学/大学院を巡り、元々課題意識を持っていた

『世界は日本をどう見ているか?』を調査。その後、日本中を巡る。この経験から、世界と日本の架け橋になりたいと思いを持ち始める。

大学卒業(首席)し起業売却後、外資系企業や事業会社役員を務め、海外進出やM&A支援を行う。その後、これまでの海外経験などから日本の観光の可能性を感じる一方、デジタル面の遅れに着目し、グローバル×トラベルテックの株式会社リーゴ(Liigo Inc)を2017年に設立。

旅行予約サイト「Liigo(リーゴ)」運営開始後、2020年より新たに観光事業者DX支援事業を開始。現在、同DX事業で、観光産業全体の生産性を上げる仕組みを目的とした、Googleマップデータを中心とした地域の見える化・連携プラットフォーム「エリアコンパス」を提供。



チーム：Google元代表メンバー+オンライン旅行責任者 集団 (世界5拠点×5国籍)

※ロゴは、出身会社

営業・マネジメント



宮本



小川



[旅行事業]



山本



元事業部長/エリアマネージャ

助言



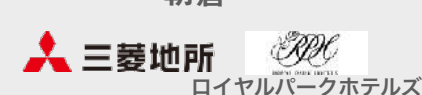
村上



元本社副社長



朝倉



元社長



川村



元 常務取締役

開発



眞田
JTB



Austin
VISITS



今村
Speee



Benson
Domino's
データ
サイエンティスト

+ 5 名

国費留学生協会
会長兼務

分析・マーケティング支援



加藤
三菱商事



松本
Chatwork
transcosmos



福垣内



大島

+ 7 名

3事業とコロナ影響度合い

影響なし

システム開発支援

<実績>



Curations

しながわ観光協会
SHINAGAWA TOKYO



安定成長



コロナから急回復

Liigo(Web/アプリ)運営

Liigo

WEB



アプリ



コロナから急回復



ピンチをチャンスに変えて
急成長中！

観光事業者DX支援

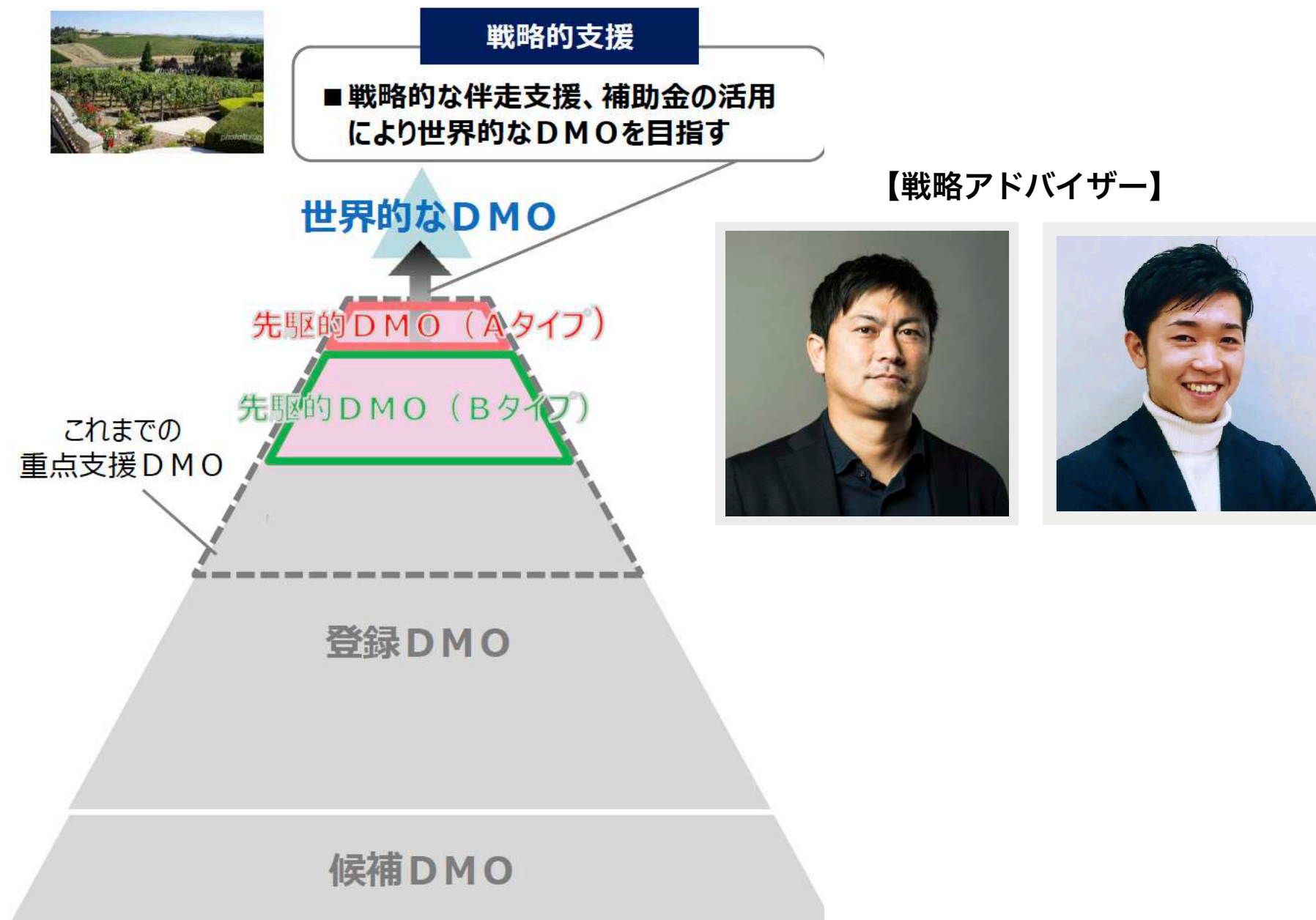


急成長中



◎◎ 観光庁案件 日本から世界的DMO輩出を目指した専門家に

観光庁「先駆的DMO に対する伴走支援事務局の運営業務」の専門家に。
日本国内のTOP10 DMOを選出し、それらDMOの経営戦略に対して、
主にDX視点での経営助言をさせていただきます。





Thank you

DX化と一緒に
推進しませんか？



旅行の

面倒をゼロに

感動を最大に

Liigo

EXPANDING
PEOPLE'S HORIZONS
BY SHOWING THEM
THE WORLD