

SNSとアプリの融合による観光クラウドサービス

空きオフィスや空き店舗が目立ち活性化が課題となっていた福岡市の「ソフトリサーチパーク(SRP地区)」で、facebookとスマートフォン・アプリを連携して「必要な人」に、「必要な時」に、「必要な場所」で情報提供する「おもてなしサービス」を実現。新しい観光サービスの実現にもつなげている。

背景

オフィスエリア、居住エリア、海浜公園、放送局や福岡タワーが隣接している福岡県福岡市にあるソフトリサーチパーク(SRP地区)では、地域の活性化が課題となっていた。そこで、利用者が拡大する交流Webサイト・ソーシャルメディアとスマートフォン・アプリを連携・活用し、福岡市や近郊在住者との“つながり”と“情報発信の場”づくりを行い、同地域への集客拡大につなげられないかと検討。福岡市および関連施設の支援のもと、ネットイヤーグループ(株)と共同で、平成23年10月からクラウドサービス等を活用した観光ICTの実証実験を行った。

概要

- facebookに、地域に密着した情報(飲食店、観光施設、イベントなど)を独自で取材して配信する「もちナビ」のサイトを立ち上げ、より多くの潜在旅行者へ情報を提供。地域に興味関心をもつ方々とのネットワークを構築。
- facebookの「いいね!」数、記事へのコメント、「いいね!」した人の属性(出身地、性別、年齢など)を集客ターゲットとして管理。
- facebookでは、他の膨大な情報も利用者へ届くため、観光情報が埋もれることもある。facebook利用者に対して “必要な人”に、“必要な時”に、“必要な場所”で情報提供するためのスマートフォン・アプリ『もちナビ』も提供。利用者一人一人への「おもてなしサービス」を実現。
- 「いつでも、どこでも」スマートフォンで観光情報を確認でき、現在地からのナビゲーション(ルート案内)も実現。さらに利用者の好みをアプリに登録することで、利用者毎にマッチした観光情報を優先的に提供。

アピールポイント

- facebookを通してより多くの潜在観光客に対して情報発信し、観光情報にアクセスした利用者のみならず、その利用者とソーシャルメディア上でつながりのある人々に対しても、情報拡散のネットワーク作りが可能となり、集客が期待できる。
- ソーシャルメディアでつながりを持った利用者へ、スマートフォン・アプリを使って利用者毎の情報提供とナビゲーションを行い、現地でのさらなる行動喚起=消費拡大などにつなげられる情報流通が可能。
- ソーシャルメディアとスマートフォン・アプリとを連携した新しい観光サービスを実現。
- 本取り組みは、ビッグデータ・オープンデータ活用推進協議会(武雄市、千葉市、奈良市、福岡市)が2013年度に主催された『ビッグデータ・オープンデータ・アイデア・コンテスト』にて「奈良市長賞」を受賞。

<IT活用による成果・効果について>

- スマートフォン・アプリにおける課題である「アプリ自体をどのように認知させるか」「情報鮮度の不足(一旦提供したら情報更新されない)によるアプリ利用率の低下」に関しては、利用者・アクセス数の多いfacebookを通じてアプリをPRしたことで、観光情報に興味を持った人々にアプリの存在を認知させることができた。
- 一般的にマーケティング施策への反応率は0.3%と言われるが、facebook上で記事に興味を持った人(=facebookページアクセス者数)に対して「いいね!」ボタンをクリックした人が10%、さらにその10%がアプリをダウンロードした。自治体等が観光アプリを提供する際の、PR時の参考指標となった。
- 更新頻度が高いfacebookの情報を、ICT技術を活用しスマートフォン・アプリにも連携・共有させ情報提供することで、アプリのもう一つの課題である情報鮮度不足も解消し、利用者の満足度を上げることができた。

