

# アリーナ・中野駅周辺での ICT活用に向けた参考事例

2018年2月8日

日本電信電話株式会社  
新ビジネス推進室2020レガシー担当  
小笠原 賀子

# 大宮アルディージャスマホアプリ（2016シーズン）

大宮アルディージャの最新情報やコンテンツが獲得できる公式アプリを提供



## スタジアム限定コンテンツ

### ①スタジアムWi-Fi

スタジアムで提供している高密度無料Wi-Fiに接続できます。

### ②LIVE動画

スタジアム来場者限定で、スカパー！試合中継映像/オリジナル応援番組/特定の選手にフォーカスした選手追っかけ映像の3種類の動画を観ることができます。

### ③限定動画

スタジアム来場者限定で、試合のリプレイ映像やOle！アルディージャplusの番組が観れます。

### ④ニュース

大宮アルディージャが配信する選手情報やイベント情報などを掲載。※公式ページの内容を表示

### ⑤試合日程

試合日程、試合結果をご確認いただけます。※公式ページの内容を表示

### ⑥地域お店情報

NACK5スタジアム周辺店舗の情報やお得なクーポンをご利用いただけます。今後掲載店舗を充実させていきます。

### ⑦選手カード

大宮アルディージャに所属している選手の紹介ページを表示します。

### ⑧お知らせ

プッシュ通知で受信した情報を一覧で確認することができます。

### ⑨ファンパーク

大宮アルディージャファンにはたまらない選手のインタビュー記事や壁紙、アルディとミーヤのブログなどをお楽しみいただけます。※公式ページの内容を表示

### ⑩各種SNSボタン

アルディージャのFacebook・Twitter・Instagram・Youtube公式アカウント画面を表示します。

# スマホアプリを通じたフードファストパス、プレオーダー

## サービス概要

- 利用端末：スマートフォン/タブレット端末
- 注文方法：スマホアプリ
- 決済方法：オンライン(クレジットカード)決済
- 提供内容：
  - ① **フード・ファストパス**  
スタジアム内でクラブアプリから注文。オンライン決済後、商品が出来次第SMSでお知らせ。
  - ② **プレオーダー**  
試合日前にクラブアプリで購入。試合当日に時間指定で商品受取。

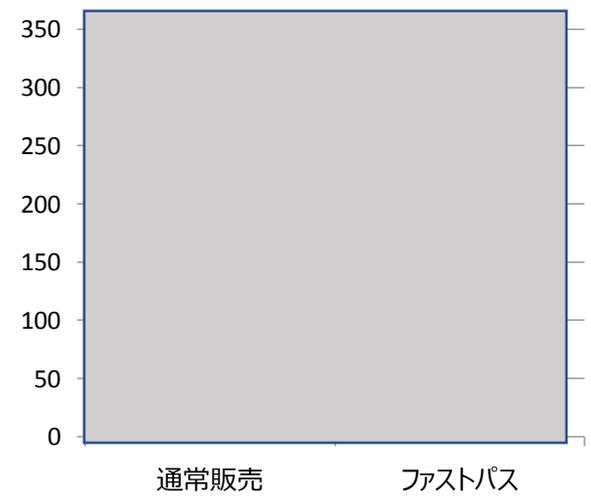
## 提供フロー



## <運営状況>



## <売店での対応時間(秒)>



通常購入レーンは行列したが、「フード・ファストパス」「プレオーダー」受け取りレーンは行列がない状態を維持

店員がお客様スマホの受け取り画面上で確認ボタンを押下し、受取確認

事前注文・決済によりお客様1人当たりの売店での対応時間の大幅な削減を実現

# スマホアプリを通じた地域送客(近隣店舗のクーポン配布)

大宮商店街の店舗情報とクーポンを提供し、スタジアムから店舗への送客を促進

大宮商店街と連携し、商店街のお店をマップ付でご案内。お店の情報やお得なクーポンをご利用いただけます。

## スタジアム近隣店舗における地域連携施策

- ✓ スタジアム近隣店舗様にて試合終了後、映像配信イベントを実施
- ✓ アルディージャアプリのPUSH配信・オウンドメディアおよびサイネージで来場者に向けて周知



■ 店舗情報イメージ

■ クーポン例



☆クーポン情報☆

オレンジ色のものを身につけて店舗スタッフへご提示いただいたお客様へグラスワインをご提供。  
 ※ランチタイム及びディナータイムいずれも可。  
 ※グループで一人でもご提示いただければ、グループの皆様へご提供。

(クーポン使用条件)  
 ・セカンドステージ終了時まで

### <公式サイト/SNS>



11/3・F C東京戦 地域連携施策トライアル放送実施のお知らせ

大宮アルディージャ公式アプリのスタジアム限定コンテンツ・LIVE配信「テレビ×DからTV『Ole! アルディージャライブ』 powered By Dが10/22・湘南戦において、11/3・F C東京戦でも下記、大宮駅東口と西口試合終了後の新しいホームゲームの楽しみ方をぜひご体感ください!



### <スタジアム内サイネージ>



2015 9.16

札幌市包括連携協定



2016

## 札幌市ICT活用プラットフォーム検討会

市の複数分野におけるICT活用推進・活性化

- ・ 市長 以下市幹部
- ・ 地元IT企業団体の幹部
- ・ 地元大学の教授 等

2017～

スポーツ・観光

交通・雪対策

健康・子育て

インバウンド観光

データ活用による価値見える化

→ 地元企業の参画拡大、市の行政データのオープン化

# IoTデータを活用した人流・購買の可視化

どこで何を楽しんでいる？

どこで何を買っている？

人流データ



購買データ

活用データ  
(IoTツール等)

- ・Sapporo City Wi-Fi
- ・携帯基地局データ
- ・GPS
- ・SNS (Twitter等)

- ・免税システム  
国籍、品目、金額等

データ  
提供者

札幌市  札幌市  
City of Sapporo  
NTTグループ



サッポロドラッグストア  
他

競合他社に見せたことが  
ない販売データを**初!** 共用

！札幌市の呼びかけにより官民連携によるデータ活用へ

# 同じエリア内他社と購買データを共有・比較

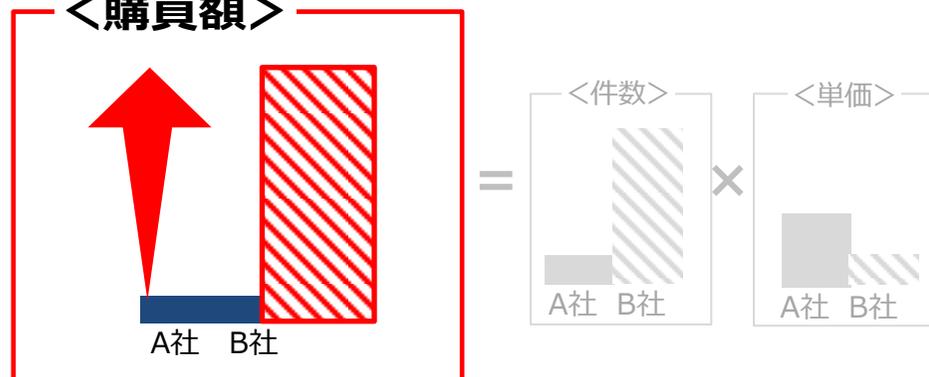
## →見逃し市場の発見！ : Actionable

### 「食料品」売れ筋？

B社にて食材がインバウンドに売れている結果を見て、  
A社としても食材は売れる商品として再認識。

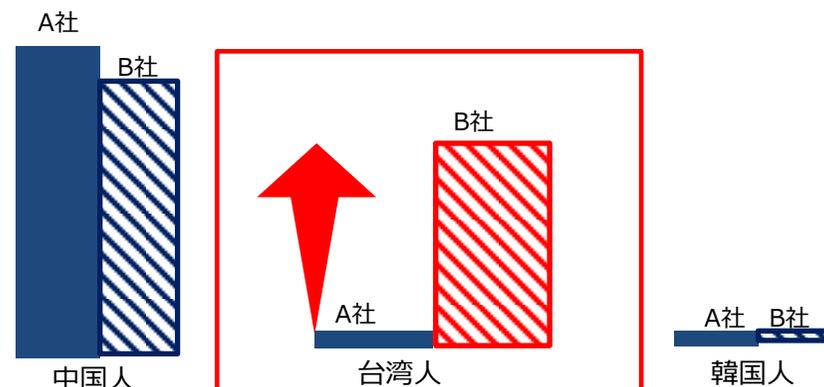
→PRやラインナップ検討へ

#### <購買額>



### 「国別購買額」

A社も台湾人向けマーケティング拡充へ  
(両社ともに韓国人購買額小)



✓ 他社購買データとの対比 → 自社の強み、弱みを認識、課題と打ち手が明確に。

データ共有、マッシュアップ<sup>o</sup> (類似商品カテゴリで比較) = 協調領域

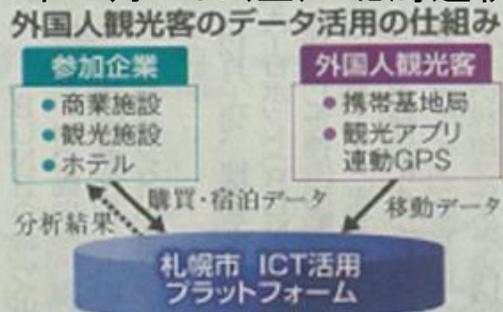
マッシュアップ結果から各社課題認識、アクション展開へ = 競争領域

→ 協調と競争により札幌のエリア価値を高めインバウンド消費拡大へ

# 札幌市データ活用 観光分野 参画企業キックオフ

## 札幌市が流通業界、ホテル業界、観光施設等 133社へ呼びかけ順次参画確定へ

2017年12月15日(金) 北海道新聞13版経済面



札幌市は、外国人観光客が市内の小売店や観光施設などで行った買い物履歴などのデータを蓄積し、企業間で共有する取り組みを来年1月から始める。参加する約20社が、データを蓄積する「器」に当たる市のプラットフォームに情報を提供。外国人観光客を取り込む販促活動などに活用する。

参加するのはサッポロドラッグストア、イオン北海道、さっぽろ東急百貨店など、小売

## 訪日客の購買データ共有

### 市、来月から蓄積 分析結果、販促に活用

業や、札幌ドーム、さっぽろテレビ塔、札幌ホテル旅館協同組合に加盟するホテルなど。

参加企業は、来年1月から2月末までに外国人客が購入した品目や施設の利用内容、国籍などの情報を、個人情報がかからないように加工した上で、プラットフォームに提供される。

市は、外国人客の携帯端末の位置情報や、市が取り組む外国人客へのアンケート結果などと組み合わせて分析し、その結果を参加企業に提供する。

取り組みは、札幌市の外郭団体である、さっぽろ産業振興財団が総務省などの補助を活用する実証事業の一環。市とまちづくりパートナー協定を結ぶNTTグループも協力している。

来年度以降も新たな参加企業を募る方向で、将来は200社程度の参加を目指す方針。

## 札幌の小売店や観光施設20社

遊データ共有 = 20社で来年実証実験 - 札幌市

2017年12月15日(金) 時事通信(iJAMP)



「札幌市データ活用プラットフォーム構築事業」の実験について説明を受ける企業関係者ら=14日午後、札幌市の北海道経済センター(内藤慧撮影)

外国人観光客は市中心部の移動にとどまっており、市などは今回のたい考え。2月までに実験を終えた後、4月1日から事業の本格的

**2017年  
12月時点参画確定：18社**

# 利活用データ（購買）

## 定量データ

### ■人流データ

民 官

エリア周辺の  
滞在人数

→携帯基地局データ

中国人:100,000人

そのうち何人  
が来店したか？

→wi-fiデータ

中国人:5,000人

### ■購買データ

民

そのうち何人が  
買ったか？

→人流×購買

中国人:500人



### ジャンル別

どのようなものが売  
れているか？

→全体購買×自社購買



## 定性データ

### ■アンケートデータ

札幌市経済観光局

→新千歳アンケートデータ

(例)

滞在中、買え  
なかったもの  
は何か？



### ■SNSデータ

→ツイッターデータ

民

どんなことが  
話題になって  
いるか？

	ジャンル	キーワードランキングTOP5	件数
1	買う	資生堂	20
2	買う	スキンケア	10
3	買う	お土産	5



# 人流データ×購買データで来店取込み率

店舗周辺エリアに来ている訪日客をどの程度取り込めているかを分析

⇒ 伸びしろの把握や効率的品揃え・PR（中国特化型、多国籍型など）に

$$\left[ \frac{\text{店舗毎の購買件数}}{\text{店舗周辺に滞在している人数（携帯基地局データ）}} \times 100 \quad (\%) \right]$$

※下表にはダミーの数値を記載

店舗名 /国籍	中国 (市内滞在 11万人)	台湾 (市内滞在 7万人)	韓国 (市内滞在 6万人)	香港 (市内滞在 4万人)	タイ (市内滞在 2万人)
A店舗	5,500 <u>18,000人</u> (30%)				200 <u>1,000人</u> (20%)
B店舗					
C店舗	30 <u>9,000人</u> (0.3%)		1,000 <u>30,000人</u> (3%)		
D店舗			1,000 <u>6,600人</u> (15%)		

A店舗に比べC店舗は、中国人購買の伸びしろが大きい

C店舗は潜在的な伸びしろが大きい

同じ購買件数(1,000件)でも、潜在市場が大きいC店舗を優先