

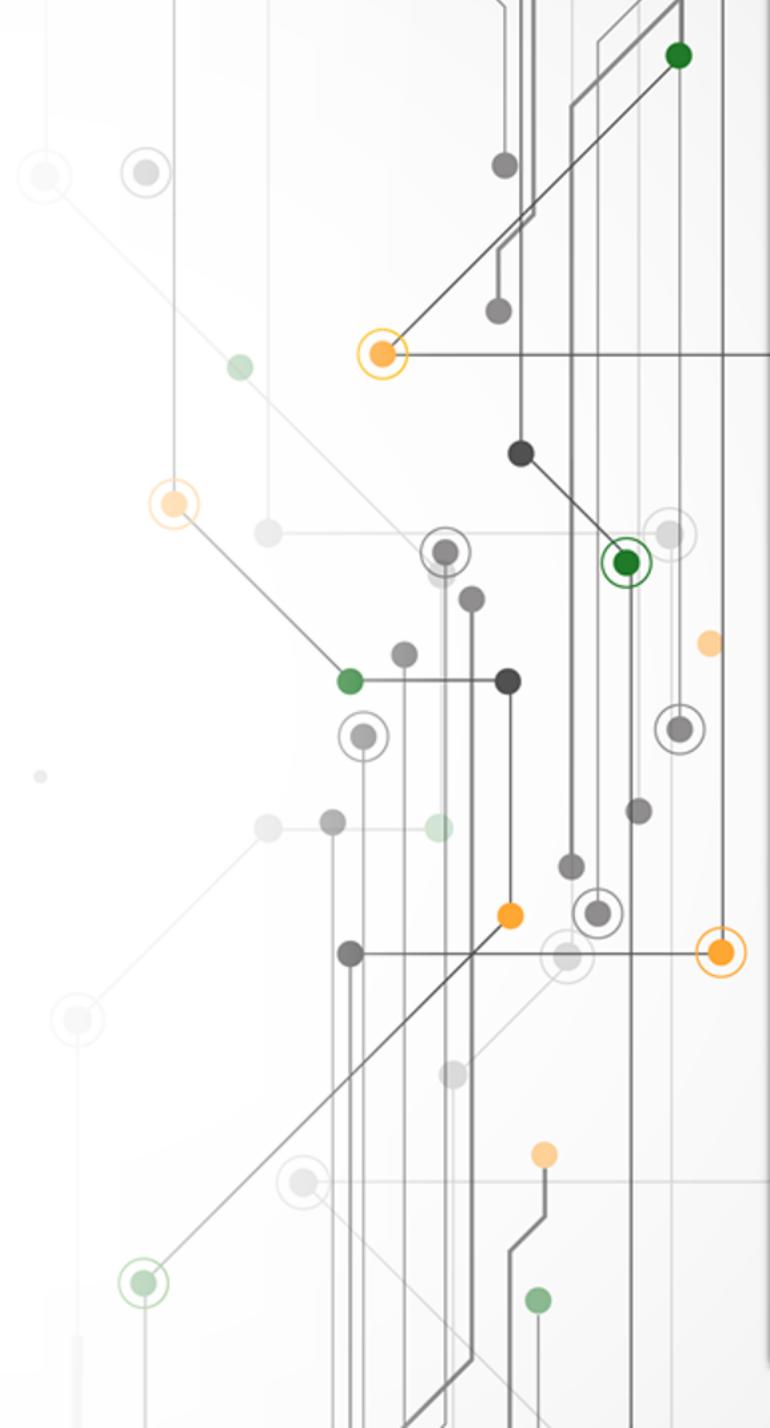


Wi-Fiサービスのご紹介

2024/5/22

株式会社ヨーサン

応用開発部 伊藤正博





RYOSAN

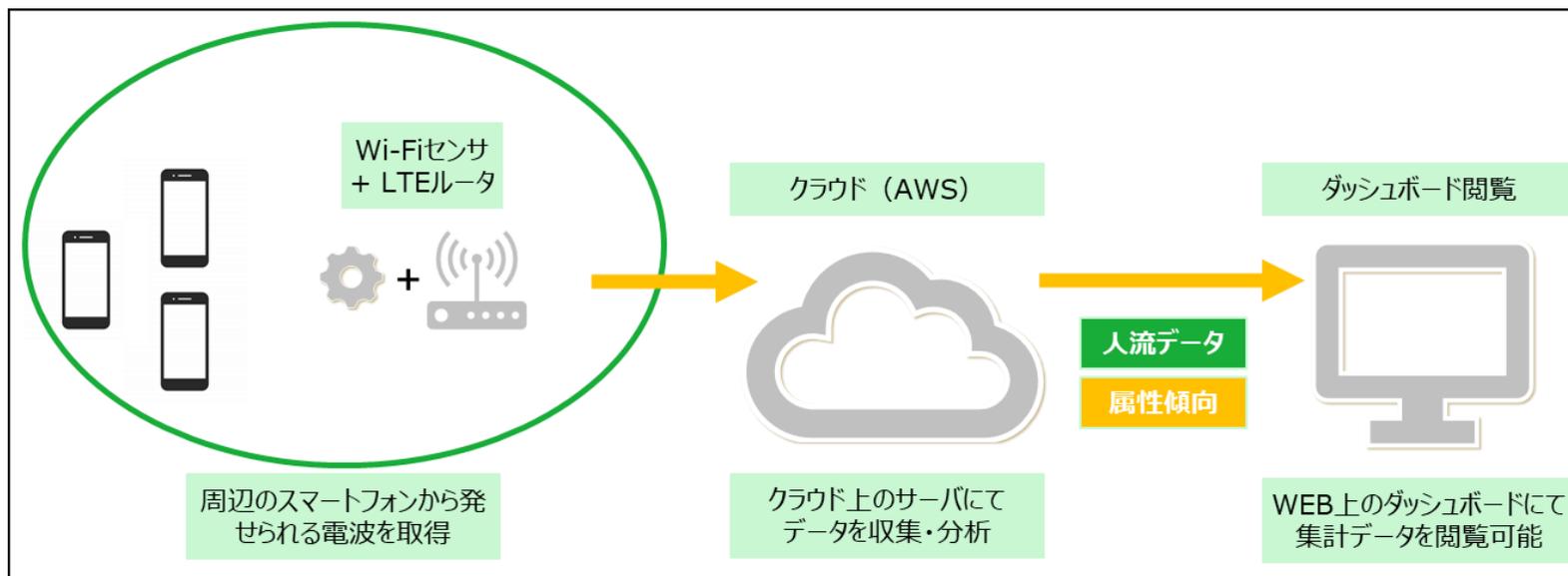
1. システム概要及び専用Wi-Fiセンサの特徴

【概要及び特徴】

- ◆ 専用センサは来訪者のスマートフォンから発信される情報（SSIDなど）を自動的に取得し、時系列での訪問者数や人の流れ、行動傾向を把握します。
※スマートフォン側でのアプリのインストールも不要です。
（Wi-FiをONしている方が全て対象になります。）
※SSIDは世界中で利用されているWi-Fiアクセスポイントの名称です。
- ◆ 電波に含まれる情報を活用することで、スマートフォン所有者の属性情報（訪日外国人、趣向性など様々な情報）を判断・分析ができます。
※Wi-Fiを活用した訪日外国人及び属性分析は特許を取得しております。



-全体イメージ：スマホからのWi-Fi電波を取得し、分析可視化-





RYOSAN

2. Wi-Fiデータの分析内容

来訪者のスマートフォンから発信されるWi-Fiデータを収集し、2つのパターンに分けて分析をします。

人流分析

① 人流計測分析

来訪者をカウントします。(単位：時間帯別、日別次、曜日、月別)
施設やイベント会場等の場所毎の計測から複数台含む広域での計測。

② 再訪問分析

来訪者のリピート傾向が見える化します。
来訪者における新規観光客と定住者等の再訪問の状況、変化などの把握。

③ 滞留分析 (滞在時間)

来園者の滞在時間を人数別に見える化します。
施設やイベント会場などの場所毎の滞在時間や、混雑状況の把握。

④ 移動分析

センサ設置間園内の移動パターンを分析します。
施設やイベント会場などの場所毎の流入ルートや回遊パターンの分析

【活用イメージ】

- ・来訪者の訪問傾向より、円滑なイベント運営
 - ・滞在時間や移動傾向からの混雑解消に向けた施策検討など
- 例) 人気のあるエリア、人気のあるルートを把握することで訪問ルートや施設のレイアウト検討など

属性分析

① 訪日外国人分析

訪日外国人を70の国、地域を分析します。
どの国、どの地域からの観光客が多い傾向であるかを把握できます。

② 趣味・嗜好の分析

来訪者の過去の行った場所や行動履歴を分析し、来訪者の趣味趣向に近い属性分析を行います。

- 『生活圏分析』：どのような場所に広告を打つことが効果的なのか見える化
- 『嗜好性分析』：予算感や、どのようなジャンルの旅行先を求めているか分析。
- 『趣味分析』：来訪者の趣味の傾向性見える化。

【活用イメージ】

- ・施設内の言語表記、外国人向けの案内アナウンス対策
 - ・外国人の誘致施策の検討 (どこの国にPRするのか等)
 - ・来訪者の趣味嗜好の把握。イベント立案の検討。
- 例) ○○関連のイベントを実施した際の集まる人の傾向分析



ご参考) 人流分析

RYOSAN

【概要】

単地点～複数地点の人々の行動を見える化します。

【特徴】

- ☑ 来訪者を時間別、曜日単位で切り替えることで、人々の集まる傾向を捉えることができます。また、『再訪問分析』と合わせて活用することで効果的なターゲット設定が可能です。
- ☑ 周辺にいる人々の滞留時間の傾向を表示することができる為、効果的に広告時間のプログラムマネージメントに活用できます。

人数計測



滞留（時間）分析





RYOSAN

ご参考) 他サービスとの比較 (当社調べ)

- ✓ 施策検討・状態把握において、これまでにない視点での現状把握が可能です。
- ✓ 他センサとのハイブリッドによる多角分析も対応可能です。

	対象		人流計測機能			属性情報	趣味・嗜好 その他詳細分析
	エリア	対象人	人数計測	移動分析	滞在分析	外国人	
キャリア系	広域 (メッシュ情報)	キャリアユーザ	○	○	○	△	△ (登録時の情報のみ)
クレカ等	利用地	利用者 (カード会社別)	○	×	×	○	×
ビーコン	狭域~広域	アプリ登録者 (Bluetooth-ON)	○	○	○	△	△ (登録時の情報のみ)
カメラ	狭域	無作為 (来場者)	○	×	△	×	×
当社 Wi-Fiセンサ	狭域~広域	無作為 (Wi-Fi-on)	○	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ○ (数多くのカテゴリ情報を取得) ・行楽地や遊園地などの趣味 ・ホテルやショッピングなどの嗜好 ・都道府県や地域など生活圏情報 等



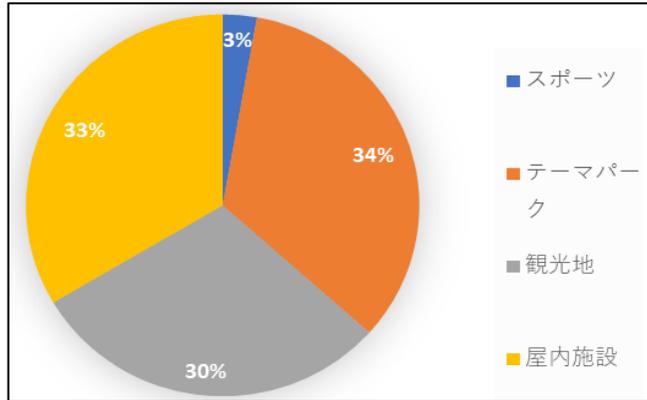
事例) 属性分析事例

RYOSAN 取得した属性結果から来訪者の『趣味』、『嗜好（予算感）』、『生活圏』の傾向が把握できます。

【趣味】：どのような観光場所に行くのか、目的の見える化

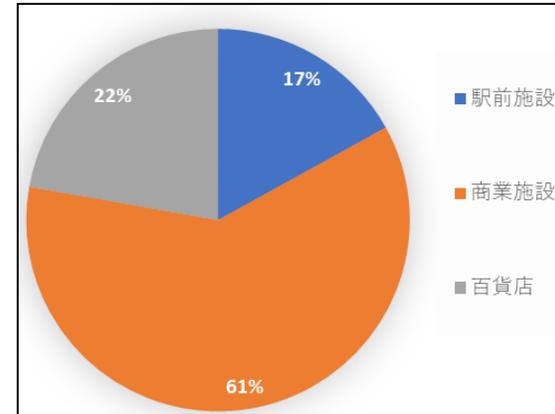
【嗜好】：どのようなジャンルの場所買い物にしているのか

趣味 観光先



ジャンル	対象例
スポーツ	東京ドーム、西武ドームなど
テーマパーク	東京DL、USJ など
ショッピング	グランスタ、中華街、表参道など
観光地	日光東照宮、伊豆大島、熱海

【嗜好】（予算感） 買い物先



ジャンル	対象例
百貨店	大丸、三越、高島屋、伊勢丹など
商業施設	イオンモール、アピタなど
駅ビル施設	ルミネ、アトレ、CIALなど



その他の活用例

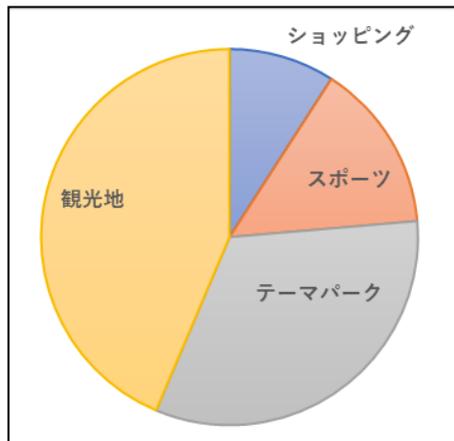
RYOSAN

取得した属性データの他活用_ (広告、訪日外国人対策)

- ☑ 来訪者の傾向から、他観光地属性傾向から、他観光地への誘導施策にも活用頂けます。
※他観光場所にWi-Fiセンサを設置することで、設置名場所からの移動傾向を見ることも可能です。

観光先

ジャンル	対象例
スポーツ	東京ドーム、西武ドームなど
テーマパーク	東京DL、USJ など
ショッピング	グランスタ、中華街、表参道など
観光地	日光東照宮、伊豆大島、熱海



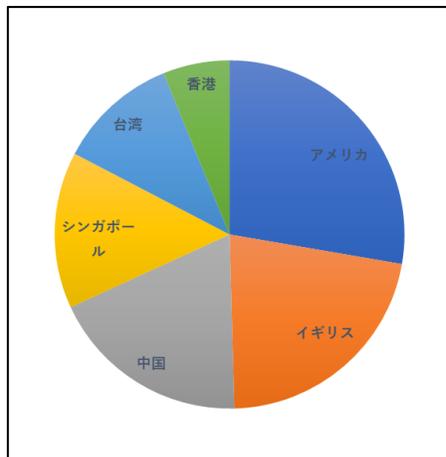
活用：観光先傾向より周辺の観光地の広告発信



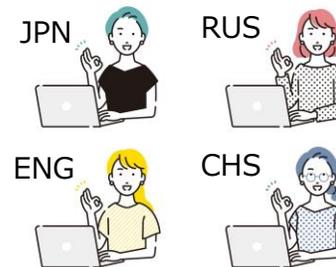
- ☑ 訪日外国人分析から、来訪者の国籍に合わせた園内での多言語表示、多言語アナウンスへの活用が可能となります。

訪日外国人分析

ジャンル	対象例
訪日外国人	アメリカ イギリス 中国 シンガポール 台湾 香港 フランス マレーシア オーストラリア 他 計 70か国



活用：外国人傾向より多言語の案内アナウンス発信



言語表示/多言語アナウンス



エンジニアによりそうマガジンサイトはこちらから。

<https://techlabo.ryosan.co.jp/>



お問い合わせはこちらからお願いします。

<https://techlabo.ryosan.co.jp/contact/>

