



年間活動レポート

Nishitetsu DX with LINE
Annual Report 2024

Nishitetsu DX with LINE

2024
年度

LINEを活用した
西鉄グループDX推進に関する連携協定

まさに、夢を描こう。



LINEヤフー
コミュニケーションズ

2024年度 活動概要

活動内容

2024年度は、水族館「マリンワールド海の中道」で実施した「来館ポイントLINEミニアプリ」「順番待ちLINEミニアプリインバウンド機能」「カマイルカ赤ちゃんのお名前投票」などのお客様の利便性向上に向けた取り組みやインキューブ西鉄での「デジタル会員証 LINEミニアプリ」ではデータを活用したマーケティングを行いました。また、AIオンデマンドバス「のるーと」はグッドデザイン賞を受賞するなど活動が高い評価を得た1年でした。

主な取り組み

- AIオンデマンドバス「のるーと」 グッドデザイン賞受賞
- マリンワールド海の中道 来館ポイントLINEミニアプリ
- マリンワールド海の中道 順番待ちLINEミニアプリ インバウンド機能
- マリンワールド海の中道 カマイルカ赤ちゃんのお名前投票
- インキューブ西鉄 デジタル会員証 LINEミニアプリ

プロジェクト インタビュー

グッドデザイン賞を受賞したAIオンデマンドバス「のるーと」LINEミニアプリについて、受賞に至るまでの裏側を語りました

2025年度に向けて

2024年度の活動を踏まえ、2025年の活動の方向性などを策定しました。

「LINEを活用した西鉄グループのDX推進に関する連携協定」

福岡の生活をより豊かにし、
日本トップクラスのスマートシティを目指す

「LINEを活用した西鉄グループのDX推進に関する連携協定」は、2021年2月に、福岡の生活を支える事業を行う西鉄グループと、LINEの技術を用いて様々なプロジェクトに取り組むLINEヤフーコミュニケーションズ(旧LINE Fukuoka)とで締結致しました。本協定では、交通・商業・観光などの西鉄グループの多岐にわたる分野において連携することで、お客様の利便性を向上させ、福岡の皆さまの暮らしをより便利で豊かなものにするを目的としています。



目的

西鉄グループ各事業の利便性を向上することで、
福岡の皆さまの暮らしをより便利で豊かにすること

取り組み

LINEを活用した西鉄グループ各事業のDX推進

まちに、夢を描こう。



オフラインで
お客さまと幅広い接点

LINEヤフー
コミュニケーションズ

オンラインでの
ユーザーとの距離の近さ

オフラインでお客さまと幅広い接点を持つ西鉄グループと、高い技術を有し、オンラインでユーザーと距離の近いLINEヤフーコミュニケーションズが、多岐にわたる分野において連携してDXを推進することで、これまでにない新しいお客さまサービスの実現につなげたいと考えています。

LINEを活用した西鉄グループのDXとは

私たちは「LINEを活用した西鉄グループのDX」をLINEを活用して、顧客体験(CX)と従業員体験(EX)を向上させることだと考えています。私たちの取り組みが、単なるデジタル化(LINEの活用)のように、「ツールが入れ替わっただけ」にならずに、CXとEXを向上させることが大切だと考えています。



CX向上の具体イメージ

The illustration shows a woman on the left looking confused with a question mark above her head. A yellow arrow labeled 'DX Digital Transformation' points to a woman on the right who is smiling and holding a smartphone.

そんなこと知らなかった...	欲しい情報がLINEで貰える!
登録が面倒そうだなあ...	LINEでカンタンにできる!
わざわざ店舗(駅)で申込が必要なのか...	LINEで完結して便利!

EX向上の具体イメージ

The illustration shows a man on the left sitting at a desk with a laptop, looking stressed with a question mark above his head. A yellow arrow labeled 'DX Digital Transformation' points to a man on the right who is smiling and holding a smartphone, with an exclamation mark above his head.

取り敢えずチラシでも作っておくか...	20代女性だけにLINEを送ってみよう!
煩雑な作業が多いなあ...	無駄な作業が減ったし、空いた時間で企画を作ろう!
現場が嫌がりそうだから止めておこう...	お客さんにも現場スタッフにも喜んで頂けそうだ!

取り組み事例紹介

AIオンデマンドバス「のーと」LINEミニアプリ 2024年度グッドデザイン賞 受賞

実施概要

「のーと」は、利用者の予約に応じてAIが効率的・乗合可能なルートを設定するオンデマンドバスで、ネクスト・モビリティが事業を展開しています。2023年2月より福岡県宇美町で運行を開始した「のーと宇美」において、「LINEミニアプリ」を活用したオンデマンドバスの乗車予約サービスを九州で初めて実現しました。

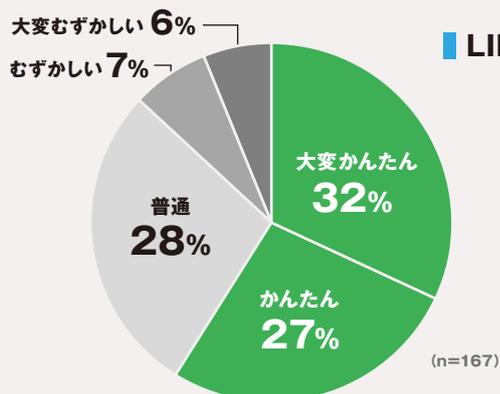
※ネクスト・モビリティ(株)は、西日本鉄道(株)と三菱商事(株)の合弁会社

審査員 コメント

定時定路線ではなく、利用者のリクエストに応じて運行時刻や経路を決めるオンデマンドバスは、近年AIを組み合わせることで運行の効率化が図られているが、高齢者の利用が多いので対応は電話が一般的だ。そこに家族間の連絡ツールとして高齢者の利用も多いLINEを組み合わせた。多くのアプリより敷居が低い一方で、乗り忘れ防止通知など多彩な機能を受けられる。利用者のことを第一に考えたデジタル化に好感を持った。



LINEミニアプリ利用アンケート結果



LINEミニアプリを使った予約はかんたんですか

< アンケート概要 >

アンケート内容 : 「のーと宇美」利用状況アンケート
 調査期間 : 2023年3月10日~3月16日
 回答者数 : 167人
 調査エリア : 福岡県宇美町

取り組み事例紹介

マリンワールド海の中道 来館ポイント LINEミニアプリ

課題	顧客満足度向上のためにネイティブアプリのポイントカードを運用していたが、お客様の来館実績データをマーケティングに生かせていなかった。
実施概要	来館ポイントLINEミニアプリを開発。 お客様の来館状況をLINEユーザーIDに紐づかたちで取得できるようになった。
実施結果	興味や来館経験のあるお客様に向けたメッセージ配信が可能となり、効果的な集客に繋がった。

来館ポイント取得の流れ

①QRコード読み込み



②お客様情報入力



③来館ポイント取得



リッチメニューから確認できます



メッセージ配信に活用

来館ポイントカードを利用登録したユーザーに絞って、イベントの案内を配信した。その結果、友だち全員に配信したときと比べて、配信数を抑えつつ、申込数が増加した。

夜のすいぞくかん 内覧会

	2022春		2024春
配信数	約 36,700人	▲0.06%	約 2,300人
申込数	88人	▲3.3%	291人
申込率	0.24%	▲54%	12.9%

担当者の声

貯めているポイントが多いお客様にクーポンを送る、貯めているポイントが少ないお客様に来館請求をおこなう、といった活用に発展させられると考えている。



取り組み事例紹介

マリンワールド海の中道レストラン「Reilly」 順番待ちLINEミニアプリ インバウンド機能

課題

多いときには全体の約4割を占めるインバウンドのお客様は、多くの場合LINEを利用していないため、紙の整理券を渡していた。紙の整理券を渡す場合は別途手続きが必要で手間がかかった。

実施概要

- ・LINEミニアプリのインバウンド機能を活用
- ・英語、韓国語、中国語(繁体、簡体)でサービスを作り、利用者のスマホ端末の言語設定に応じて表示を切り替えられるようにした。

実施結果

- ・全体の10%程度いた紙の整理券での受付が2%に減少
- ・多言語対応したことにより、スタッフの対応工数も削減することができた。

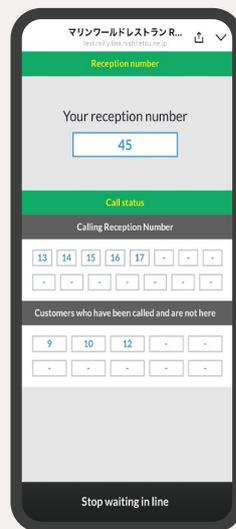
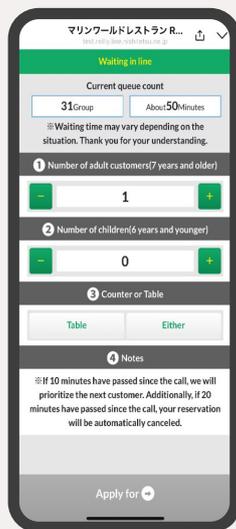
店頭でコードを読み取る

順番待ち登録

呼び出し確認画面

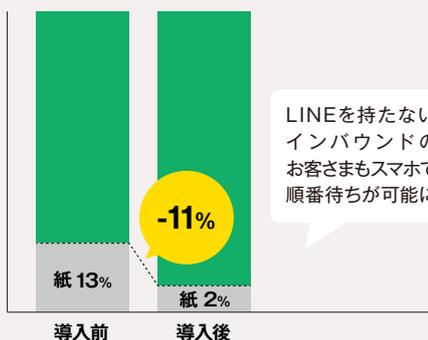


二次元コード



英語、韓国語、中国語(繁体、簡体)に対応。上記以外の言語設定の場合は英語で表示

実績



LINEを持たないインバウンドのお客様もスマホで順番待ちが可能に

担当者の声

インバウンドのお客様も受付をしたスマホで現在の呼び出し状況を確認することができるため、館内を周遊するなど待ち時間を有効に使うことができるようになった。

一つの二次元コードで日本人のお客様もインバウンドのお客様も受け付けることができるため、大きな混乱もなくスタートすることができた。

紙の整理券で受け付ける件数が減り、従業員の負担も減った。



取り組み事例紹介

マリンワールド海の中道 カマイルカ赤ちゃんのお名前投票

課題

カマイルカの「サンゴ」の初の子どもの名前を多くのお客様とともに決め祝福したい

実施概要

LINE公式アカウントのリッチメニュー・リッチメッセージ・応答メッセージを組み合わせることで投票機能を構築

実施結果

前回実施時の4倍以上となる4,467票の票が集まった。



リッチメニュー
「投票」のメニューをタップ



投票する名前を選ぶ



「投票する」をタップ



投票完了

過去の投票企画との比較

実施年	2019年	2021年	2024年
実施期間	17日間	1ヶ月	7日間
総投票数	931票	777票	4,467票

4.8倍

5.7倍

担当者の声

総数から見ても4倍以上の方に参加いただいたこと、気軽に投票できる上、参加した方へメッセージを効果的に送ることができるので、大変良い企画となった。LINE公式アカウントでの様々な取り組みを、今後もご相談させていただきます。



取り組み事例紹介

インキュブ西鉄 デジタル会員証 LINEミニアプリ

課題	利用者	・興味のない商品広告が多く、有益な情報を見逃してしまう。
	運営側	・お客様の属性データを持っていないので、顧客分析ができない。 ・実施した施策（キャンペーン）の定量的効果測定が困難。 ・ターゲットを絞った広告を発信できない。（広告費用が多くなる）
実施概要	・インキュブ天神店限定の会員証ミニアプリを開発。 ・お客様に会員証ミニアプリでレシートのバーコードをスキャンしていただき、ポイントを付与。 ・LINEのユーザーIDを使い購買データ（レシートスキャン）と顧客データ（ミニアプリで取得）を紐付け、可視化と施策に活用。	
実施結果	利用者	・興味のある商品広告や情報を効率的に得られるようになった。 ・取得したポイントを商品購入に利用することでお得になった。
	運営側	・施策ターゲットのお客様の属性/購買情報を把握することで、施策の定量的効果の可視化を実現。 ・お客様のニーズに沿った広告配信が可能となり、広告費用を削減しながら売上が向上。 ・お客様が興味を持たない無駄な広告配信の減少により、顧客満足度の向上が期待できる。



その他

- 施策参加者の内、約50%のお客様が同日に買い物をされた。（≒ついで買いを促し、売上UPに繋がった。）
- 施策毎に配信対象者を絞り、キャンペーンの案内を配信した。その結果、友だち全員に配信した時と比べて配信数を抑えつつ、売上が増加した。

担当者の声

レシートを一度読み込んだだけ、または、読み込んでいないお客様を限定して再来店を促すような施策ができた。（ハロウィンや年始クーポン）



のるーと グッドデザイン賞の裏側



横尾 友博さん
LINEヤフー
コミュニケーションズ株式会社

橋場 友秀さん
ネクスト・モビリティ株式会社
運行支援グループ

古屋 永吉さん
西日本鉄道株式会社
未来モビリティ部

野村 拓矢さん
ネクスト・モビリティ株式会社
運行支援グループ

「のるーと」LINEミニアプリ、 2024年度グッドデザイン賞を 受賞しました。

LINEミニアプリによる予約サービスが始動した2023年2月以降、全国20以上のエリアで導入されるサービスとなった「のるーと」(※2024年11月取材時)。なぜ全国の自治体でサービスが導入され、高齢者の方を中心に多く利用されているのか、今回の受賞に合わせて、改めて「のるーと」LINEミニアプリについて、ネクスト・モビリティ社の担当者の方々にお話を伺いました。

▶▶▶▶ 幅広い世代に使われるためのサービス設計とは？

— 今回、グッドデザイン賞受賞の評価コメントに「利用者のことを第一に考えたデジタル化に好感を持った。」とありましたが、サービス導入時にこだわったポイントなどありますか？



UI・UXに一番こだわりを持ちました。

ネイティブアプリも使いにくいわけではないのですが、認証コードを送らないといけなかったり、メールアドレスの登録が必要だったり、情報を文字で打たないといけないこともあり、登録までのハードルが少し高く離脱も少なからず発生していました。電話予約を選ぶ方が多いと、電話対応で自治体側にも負担になります。

LINEミニアプリでの予約では、利用者にとって直感的に使いやすい設計を目指し、認証コードが不要なく、ユーザーがプロフィール情報連携の許可ボタンを押せばすぐにサービスが使えるようにしました。

あとは、業界用語を使わない、雰囲気を柔らかくするためにひらがな表記を多めに、色も淡い色を使用する、文字サイズの配慮など細部まで工夫を凝らしました。



実際の検索画面

たしかに。漢字が多いよりも、ひらがなが多い方が、角がとれて柔らかい印象になりますね。



私たちが当たり前に使っていた単語も実は業界用語だった、なんてこともあったので、LINEヤフーコミュニケーションズさんなど外部の方の意見を参考にしながら設計しました。

詳しいインタビュー内容はこちらから

https://blog.lycomm.co.jp/tag/company_initiatives/20241223_01_planning.html

2025年度に向けて

2025年度は、これまでの取組みを更に拡大し、グループ内の各部門や会社の課題解決に向けて、様々な協業プロジェクトを実現することで、LINEを活用したDXを推進していきます。また、連携協定締結当初の構想である“LINEを中心とした西鉄グループのお客さまの利便性向上”の実現に向けて、「LINEのユーザーIDのグループ内共通利用」の実証実験やルール作りを進めていきます。

Nishitetsu Group with LINE



今後も、両社力を合わせ、福岡のスマートシティ実現に寄与し、日本トップクラスのスマートシティの実現を目指してまいります。

「LINEを活用した西鉄グループのDX推進に関する連携協定」概要

目的：西鉄グループ各事業の利便性を向上することで、福岡の皆さまの暮らしをより便利で豊かにすること

取り組み：LINEを活用した西鉄グループ各事業のDX推進

契約主体：西日本鉄道株式会社(グループ営業企画部)、LINEヤフーコミュニケーションズ株式会社(スマートシティ本部)

締結日：2021年2月15日