

株式会社阪急交通社がAIを活用したWebマーケティングツール「MIERUCA（ミエルカ）」を導入

～検索ユーザーのインサイトから、旅行のお役立ちコンテンツを制作～

企業のWebマーケティングを支援する株式会社Faber Company（ファベルカンパニー／本社：東京都港区、取締役社長：稻次正樹）は8月16日、人工知能（AI）を活用したWebマーケティングツール「MIERUCA（ミエルカ）」を、株式会社阪急交通社様（本社：大阪市北区、代表取締役社長：松田誠司氏）に導入いただいたことを発表いたします。

【画像あり】リリース詳細は[こちら](http://mieru-ca.com/blog/hankyu-travel/)

<http://mieru-ca.com/blog/hankyu-travel/>

■導入の背景

季節やユーザーの目的に合わせたツアーを提案する特集ページのコンテンツマーケティングを支援



創業から約70年にわたり国内・海外旅行を提供している阪急交通社様では、公式サイト内に、「テーマ・目的から旅行を探す」カテゴリーページを設けています。このページでは、「目的地はまだ決まっていないけれど、どこかに旅をしたい」というユーザーのために、季節・目的別のおすすめ特集を紹介。さらに各特集ページでは、目的地の歴史や魅力、推奨ルートだけでなく、「写真を撮りたい」「鉄道に乗りたい」「食を堪能したい」「リスクをあらかじめ知って回避したい」といった、ユーザーのインサイトに応えたコンテンツを掲載し、ツアー申込みへと誘導しています。「ユーザーインサイトの読み解き」の精度を上げ、コンテンツの質を高めるために、このほどミエルカを導入いただきました。

【心に届く旅 阪急交通社公式HP（テーマ・目的から旅行を探す）：<http://www.hankyu-travel.com/theme/>】

■株式会社阪急交通社 ウェブ推進部 中西彩氏のコメント



ツアーを探す前段階のお客様にも、良質な情報を届けたい

「テーマ・目的から旅行を探す」カテゴリーページでは、ツアー申込みが最終的なゴールではありますが、まだ情報収集段階にいらっしゃるお客様にも「旅のお役立ち情報」をご提供し、弊社とその商品について知っていただくきっかけになればと、コンテンツ制作に力を入れています。これまで、そのコンテンツに含めるべき検索ユーザーの求めている答えは何か、その気づきを得るのが難しかったため、ミエルカを導入しました。「コンテンツ制作をやるならミエルカがいい」という話はよく聞いていたものの、他社様の具体的な導入事例や、コンテンツ制作の助けになる機能の多さが決め手になったと思います。競合サイトの分析を数秒でできる点にも、魅力を感じました。

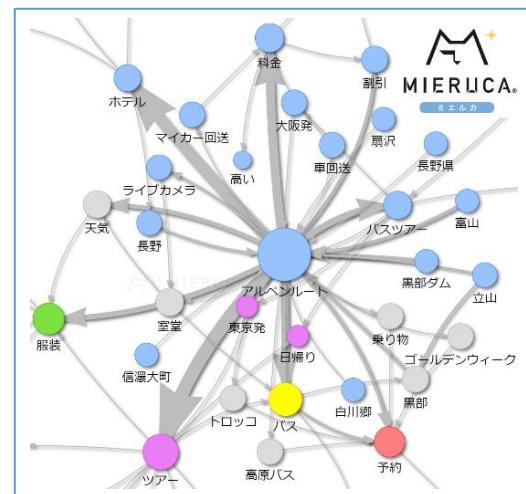
登山靴やマイカールートなど、お役立ち情報でコンテンツ改善

ユーザーがどのような検索をして、何に興味を持って当社のページに訪れるのかを、社内で深掘りできるようになりました。例えば「立山黒部アルペンルート」の特集ページについて追加情報がないか調べたときのこと。

既存コンテンツにはすでに季節に合わせた登山の「服装」について書いてはいたのですが、さらにミエルカで深く分析していくと、「トレッキングシューズ」についての質問がいくつか見つかったのです。そこで、「理想的の足元」として靴の種類にフォーカスした内容を追加しました。さらに、「ツアーでなく個人でアルペンルートへアクセスする方法（マイカーでのアクセス、扇沢へのアクセス）が知りたい」「周辺の金沢／松本なども回りたい」というニーズも抽出できたため、車でのルートや周辺観光地のトピックも追加しました。

将来的に、ツアー商品の企画にもミエルカを応用できれば

将来的にはコンテンツ制作の枠を超えて、ユーザーのニーズを起点にしたツアー企画にも、ミエルカを応用できればと考えています。



【上：ミエルカの「サジェストキーワードネットワーク」機能を使って、「アルペンルート」を調べたユーザーの検索意図を可視化した例】

■ MIERUCA（ミエルカ）とは



ミエルカ

人工知能（AI）の一分野である「自然言語処理」を応用し、検索ユーザーのニーズを抽出・分析、評価されやすいコンテンツづくりを的確に支援するWebマーケティングツール。クラウド上で「自社サイトの改善すべきページの抽出」「ライバルサイトとの差異の発掘」など、主にWebコンテンツ改善に活用できる機能が豊富。株式会社Faber Companyが10年以上経験を積んだSEO・コンテンツマーケティングのノウハウをシステム化し、2015年3月に産

学共同でリリースした。導入企業は500社以上にのぼる。開発メンバーには、ウェブアナリストで当社CAO(Chief Analytics Officer)・小川卓に加え、国立大学豊橋技術科学大学情報・知能工学系の吉田光男助教、明治大学理工学部情報科学科・高木友博教授、東京大学情報基盤センター・中川裕志教授ら、人工知能の権威が加わる。ソフトウェア特許を申請中。

■ Faber Company（ファベルカンパニー）とは

<https://www.fabercompany.co.jp/>

「日本の職人技と先端テクノロジーの融合」をコンセプトに、企業のWebマーケティングを支援。2005年の創業以来、クライアント企業のSEO施策、PPC（リスティング）広告運用、コンテンツ制作などの事業を展開。2013年からWebマーケティングツール「ミエルカ」の自社開発を開始。国立大学法人豊橋技術科学大学との共同研究を皮切りに、明治大学、東京大学との産学連携で、Webマーケティング分野への人工知能の応用研究に力を注いでいる。

会社名： 株式会社Faber Company

所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂2-14-4 森崎ビル4階

代表者： 取締役社長 COO：稻次正樹

資本金： 1億円

設立： 2005年10月24日

事業内容： MIERUCA（ミエルカ）事業、コンサルティング事業、サイトM&A事業

URL： <https://www.fabercompany.co.jp/>

＜本件に関するお問い合わせ先＞

株式会社Faber Company（ファベルカンパニー） 広報担当：井田（いだ）

直通：090-4169-9767 TEL：03-5545-5230 pr@fabercompany.co.jp