

觀光GO！

# 目次

1. はじめに
2. 現状把握(油津地区、位置情報ゲーム)
3. 観光GO!
4. おわりに

# 1. はじめに

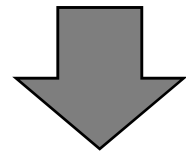
- 近年、少子高齢化・過疎化が進む地域が多い
- こうした地域は観光業やふるさと納税など地域外から収入を得ることが必要になってくる
- しかし、観光地としての知名度の低い地域は観光客をなかなか集客できない

こうした現状を打破できるアイデアを提案する

(今回は例として宮崎県日南市油津地区に注目する)

## 2. 現状把握（油津地区）

- ・ 宮崎県日南市に位置する人口約4500人の地区
- ・ 江戸時代には堀川運河が整備され、飢肥杉を産出
- ・ 明治時代以降は天然の良港である油津港をいかした漁業（マグロ）で栄えた歴史を持つ



- ・ 現在では、少子高齢化も進み、かつての繁栄や文化が失われつつある

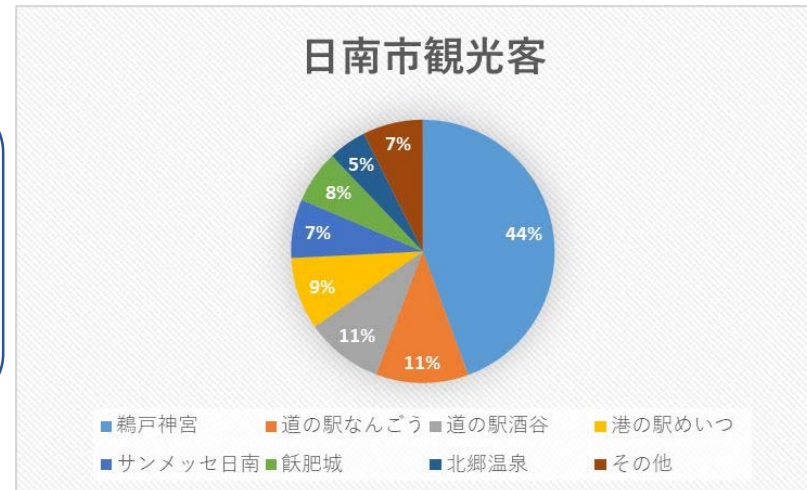


写真：朝日新聞デジタル

## 2. 現状把握（油津地区）

- ・日南市の観光客数は年間約190万人

油津地区の施設は上位に入っていない  
↓  
有名な観光施設が油津には乏しい  
：油津に来る観光客は少ないと推察される



出典：日南市観光振興計画

- ・油津港には年間20隻弱の大型クルーズ船が寄港（2023年は17隻）  
外国人観光客がすでに油津にやってくる

一度に5000人！！

- ・周辺地域に知名度で劣る油津にも観光客がやってくる
- ・外国人観光客にも「ウケる」  
→この2点を達成できる観光コンテンツ・広告方法が求められる

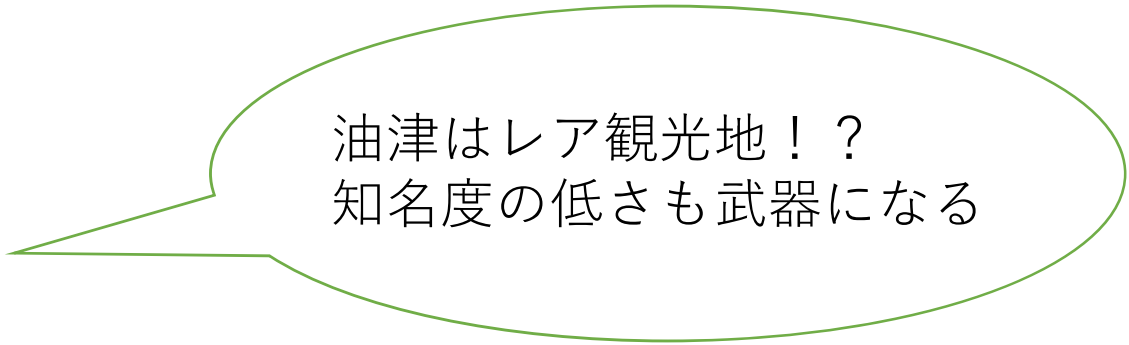
## 2. 現状把握(位置情報ゲーム)

- 2016年頃より世界中で利用者数を多く獲得している
- その手軽さから人気は衰えることなく、多くのゲームがリリースされてきている
- 位置情報の利用がメインなので、世界中をゲームの舞台にできるという強み
  
- 2023年9月にリリースされた新作ゲームもダウンロード数が1週間で500万を突破している

# 3. 提案

## 「観光 GO！」

- 観光地を対象にした位置情報ゲーム



油津はレア観光地！？  
知名度の低さも武器になる

日本中、世界中の観光地が対象

- ・ 新たな観光コンテンツとして
- ・ 新しいPR方法として

以上2点の強みを持つアイデアです

# 3. 提案

## 新たな観光コンテンツとして

- ・ 現地の観光施設に行けばバッジをゲット



杉村金物本店（油津）  
写真：フォートラベルHP

- ・ バッジを揃えていくと、プレゼント  
→ 地元の名産品のPRにも繋がる

→ 「推したい」施設・土産  
その地域の意向を反映できる

- ・ 利用者が観光施設を歩いて巡るため、地域内での回遊性が生まれる
- ・ プレゼントにより、地元の名産品が多くの人に知られる  
→ 観光地として成長できる



# 3. 提案

## 新しいPR方法として

- ゲームでのアイテム交換のように、訪れた観光地を他人へ紹介  
→自分の「レア」な観光地を自慢したい！  
ゲーム利用者の心理を利用して、現地と利用者でWin-Winの関係を

- 観光施設を他言語で解説  
→過疎化が進む地域でガイドを用意することは困難  
→ゲーム上で多言語解説することで、ガイドも不要になり、観光も容易に

- 利用者心理を利用して、人繋がりのPR
- 外国人観光客の言語の壁を無くす  
→観光地として有名になる

## 4. おわりに

- 身近な存在である「ゲーム」が多くの人の観光のきっかけとなることは十分に有り得る
- また、今後ますます深刻化するであろう人手不足の解消につながるというメリットもある

今回のアイデアは日本中に存在する観光での悩みを抱える地域を同時に助けることができると考える