



観光施策でこんな悩みはありませんか？



観光予算は少ないが、
地域を盛り上げたい



地元のMAPを紙で刷って
そのまま放置



地域住民の知恵が
観光施策に活かしていない



たとえば
『DIG UP! NIPPON』なら…

- 初期コスト0円。地域色を出すカスタマイズも可能
- デジタルMAP化し、ビーコンでお店情報を配信して集客につなげられる
- 観光協会や観光課だけではなく地域の方を巻き込んだ観光アプリがつけれる

『DIG UP! NIPPON』アプリの
おもな基本機能

①

住民自身が地元の観光資源、まちの魅力を情報発信

②

店舗や美術館などにBeaconを設置し、商品、展示物の情報を多言語翻訳機能を使って発信

③

旅行者がBeaconを携帯すれば不慣れた土地での迷子防止となり、地域住民のご老人には徘徊防止、見守りに



〈津和野町の導入イメージ〉



津和野で親しまれている古橋酒造の「初陣」。杜氏の古橋貴正氏が丹精込めて作った名産品



津和野の魅力を代表する歴史が息づいた日本家屋の町並み



津和野町には登録有形文化財に指定された酒造場がいくつも存在する



何気なく入った小路でも津和野の情緒豊かな風景を味わえる

初期コストゼロで導入できる観光アプリで地域の魅力を掘り起こす

昨今の観光ブームを背景に、多くの自治体が「いかに地域の魅力を発信するか」を模索している。そうしたなか、画期的な観光アプリが開発され、その集客効果に期待が集まっている。そしてこのほど、初めての導入事例の地が津和野町（島根県）に決まった。津和野町での新アプリのテスト運用構想を紹介する。

津和野はかつて年間150万人を超える観光客を集めたこともある。しかし近年は年間100万人前後に減り、滞在時間も平均約2時間にとどまっていた。観光客の滞在時間を伸ばすには、「地域の魅力を訴求する発信力と、津和野の真の魅力がわかるまち歩きシステム構築が課題だった」（津和野町商工観光課の担当者という）。

その津和野町がこのほど全国で初めてテスト運用を決めたのが観光アプリ『DIG UP! NIPPON』である。基本的な機能は、Beacon端末を利用し、観光客のスマホに情報発信するサービスである。クラウド翻訳機能によってBeacon登録情報の多言語翻訳表示もでき、インバウンド集客にも対応する。昨今、自治体や民間企業が開発した観光アプリが数多く登場している。そのなかで、同アプリが画期的で

観光客の滞在時間延長には地域の魅力の発信力が課題

津和野町



※Beacon：信号を一定間隔で発信する小型の装置。信号には一つひとつの装置を識別するための情報だけが含まれている。

担当者の声

津和野町東京事務所 次長
宮内 秀和（みやうち ひでかず）

町民の観光客に対する姿勢を
「待ち」から「攻め」に変えるか

津和野町は山口県萩市などと「セット観光地」となっており、いわゆる「通過型観光地」として定着してきました。それを「滞在型観光地」にするには、町のポテンシャルをうまく観光客の方々に伝えるツールが必要でした。そんなとき、『DIG UP! NIPPON』に出会ったのです。

このアプリは、町民の観光客に対する姿勢を「待ち」から「攻め」に変える力を秘めています。自分のお店をPRするのもいいし、イベントの参加案内をするのもいい。しかも、観光客の方々はその情報をスマホで受け取れる。手軽で便利ですね。津和野町の新たな観光スタイルを模索する有意義なテストになりそうです。

『DIG UP! NIPPON』には、Beaconを起点とするプッシュ型広告配信のほかに、アプリ登録者ならだれでも情報を投稿できる機能がある。有名店や著名観光地のみならず、隠れた地元グルメ、美しい景

住民自身が魅力を発信

ある最大の理由は、導入・運用に伴う初期コストが無料という点だ。初期コストゼロの理由は、アプリ上で配信される有料広告で採算をとる事業モデルのため。「小さな自治体にこそ、試験的に導入効果を体験してもらいたい」というのが、開発のねらいである。

色といった、住民しか知らない地域の魅力を、住民自身が発信でき、観光客を導くツールとなりえる。津和野が抱えていた課題に対応する観光アプリだ。

昨年、「日本遺産」の認定を受けた津和野町の、歴史が息づいている日本家屋の町並み、地元で親しまれる酒蔵が醸し出す伝統の香りなどは、多くの訪日外国人の憧れである日本のふるさとの原風景を想わせる。観光MAPには掲載されないこれら観光資源が眠っている津和野。「DIG UP!」の名のとおり、この観光アプリが津和野の魅力を「掘り起こす」一助となるか。テスト運用はこの夏から始まる予定だ。

【津和野町】 ■人口：7,843人（平成28年4月末現在） ■世帯数：3,607世帯（平成28年4月末現在） ■予算規模：79億4,500万円（平成28年度当初） ■面積：307.03km² ■概要：島根県の西端、山口県との県境に位置する。亀井氏を藩主とする旧津和野藩の城下町として歴史的な文化遺産に恵まれ、「山陰の小京都」と称される。明治時代の文豪の森鷗外や思想家である西園の生誕地としても知られる。

観光アプリによる情報発信で 誇りと自信をもてる地域づくりに貢献

タウン誌のような ボトムアップ型の観光アプリ

——『DIG UP! NIPPON』開発の経緯を教えてください。

日本各地にはまだまだ眠っている観光資源があります。その新たな魅力を掘り起こすことで、「誇りと

自信をもてる地域づくりに貢献したい」という思いがありました。

昨今、自治体や民間企業が多く観光アプリを開発していますが、それらは第1級の有名観光地にフォーカスしたものであり、地元の人しか知らないような地域の隠れた魅力を紹介するアプリは存在し

ません。そこで着想したのが『DIG UP! NIPPON』でした。

——アプリの特徴はなんでしょう。

「自治体で作成する情報だけでなく、地元の人々が地域の魅力を自ら書き込める機能も盛り込んでいます。ことです。たとえば、「なにげなく通り過ぎてしまうような史跡にはこんな深い由来があった」「この時間になると、この場所ではこんな美しい景色が見られる」。従来の観光アプリが自治体発行の観光パンフだとすると、『DIG UP! NIPPON』はタウン誌のような、いわばボトムアップ型のメディアでもあるのです。

小さな自治体や地域にこそ採用してほしい

——初期費用が0円と聞きました。

ええ。「地域の魅力を掘り出す」のがアプリの理念ですから、小さな自治体にこそ採用してほしい。そのため初期費用0円にはこだわりました。津和野でのテスト運用では、数百個のBeaconを使用しますが、これらもすべて無償で提供します。

B-Prost

代表取締役社長

魚住 憲治 うおずみ けんじ

昭和35年、熊本県生まれ。平成15年12月に株式会社B-Prostを設立し、代表取締役社長に就任。知られざる地域の魅力を掘り起こし、地域創生に貢献したいという志のもと、初期費用0円の観光アプリを開発し、自治体支援を続けている。



——今後のビジョンを聞かせてください。

観光名所がない地域でも人の営みがある以上、必ず魅力があります。訪日観光客はなにも有名観光地ばかりを求めているわけではなく、自然や町並みなど日本のありふれた原風景にあこがれを抱いている人も多いためです。埋もれた魅力を掘り出し、活力ある地域をつくるために、『DIG UP! NIPPON』を日本の津々浦々に普及させたいですね。

『DIG UP! NIPPON』を構成するアプリ群

① DIG UP! NIPPON

利用者から投稿されたコンテンツを登録／管理するアプリ

② Imatoku! Search

店舗や美術館などによって登録された商品や展示物の情報をBeaconを通じて発信するアプリ

③ Imacoco! Search

Beaconによる位置探索機能で迷子防止、探索要請するアプリ

④ WONDER! NIPPON

利用者が配信コンテンツを参照しナビゲーションするアプリ、災害時にはオフライン誘導

問い合わせ先

☎03-5404-5288 (平日9:00～17:00 担当：田中)

PR