

「データプラットフォームくれ」の観光関連データを用いた観光振興につながる
新たなサービスの提案

Kure Photo Memory

sky



目次

.....

01. アプリの概要

02. アプリが解決できる課題・
新たに創出される価値

03. 今後の発展性

04. 参考文献

01.

アプリの概要

撮影で巡る観光スポット
ポストカード作成・共有で地域を盛り上げるアプリ



01.

アプリの概要

ユーザーが周りたい観光スポットのマップを選択
「まち歩きマップ - 豊町」 or 「迷路探検マップ - 小野浦」
から選択



01.

アプリの概要

マップ上から写真を撮る場所のピンを選択



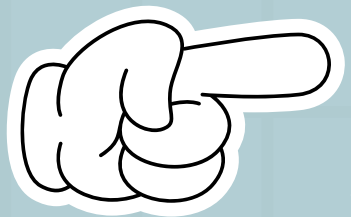
01.

アプリの概要

観光スポットの写真を撮影

写真解析またはGPSなどによりユーザーが選択した
スポットでの撮影が確認できたら、限定スタンプと
ともにポストカードを発行

画像の保存やSNS用の共有，編集が可能



オリジナルのポストカードを作成して
思い出を唯一無二の記録として残すことができる！



01.

アプリの概要

ランダムでボーナススポットが表示



01.

アプリの概要

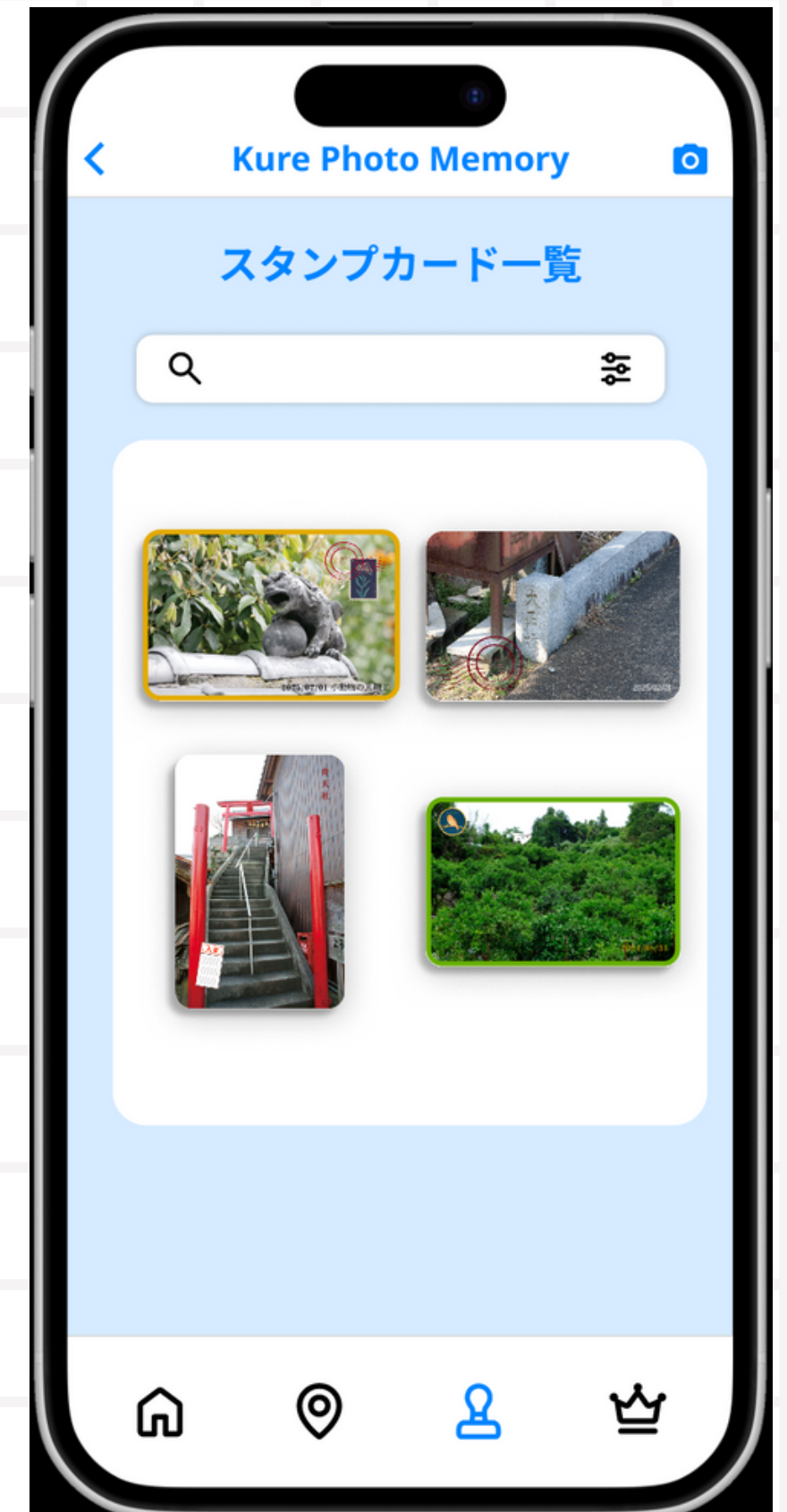
ボーナススポットの写真を撮ると、新たなスポットや編集時に使えるスタンプなどが現れる



01.

アプリの概要

獲得したポストカードや編集した画像は
ライブラリで確認可能



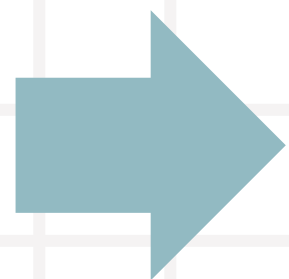
02. アプリが解決できる課題・新たに創出される価値

- 大和ミュージアム以外の新たな魅力発信
- 自然が好きな観光客向けのコンテンツ提供
- SNSを通じた拡散と来訪者促進

02. アプリが解決できる課題・新たに創出される価値

大和ミュージアム以外の新たな魅力発信

観光客の来訪者数は圧倒的に大和ミュージアムが多い[1]



大和ミュージアム以外の観光施設の人气が低い
海軍に興味のない層には呉市の来訪が見込みづらい

【呉市内訪問地(調査地点除く)上位10位】



図1 呉市内訪問地上位10位 出典：呉市(2023)

02. アプリが解決できる課題・新たに創出される価値

大和ミュージアム以外の新たな魅力発信

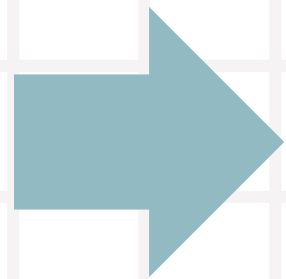
観光スポットの表示に「まち歩きマップ - 豊町」と「迷路探検マップ - 小野浦」を利用

大和ミュージアム以外の呉の観光スポットを提示することで
他の観光スポットや呉市の魅力に気づいてもらえるきっかけづくりが可能

02. アプリが解決できる課題・新たに創出される価値

自然が好きな観光客向けのコンテンツ提供

「自然を楽しむ旅行を好む人」が呉市と親和性が高いことが報告されている[1]



昔ながらの風景や自然を楽しむスポットを紹介することで
「自然を楽しむ旅行を好む人」をターゲットにして観光客の増加を目指す

02. アプリが解決できる課題・新たに創出される価値

SNSを通じた拡散と来訪者促進

スマホの普及により，観光振興のためにSNSでの情報発信が有効
またソーシャルメディア系アプリではLINEに次いでInstagramが利用されており，写真によるSNS
拡散が効果的[2]

【令和4年度】主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率(全年代・年代別)

	全年代(N=1,500)	10代(N=140)	20代(N=217)	30代(N=245)	40代(N=319)	50代(N=307)	60代(N=272)	男性(N=760)	女性(N=740)
LINE	94.0%	93.6%	98.6%	98.0%	95.0%	93.8%	86.0%	91.3%	96.8%
Twitter	45.3%	54.3%	78.8%	55.5%	44.5%	31.6%	21.0%	44.3%	46.2%
Facebook	29.9%	11.4%	27.6%	46.5%	38.2%	26.7%	20.2%	31.6%	28.2%
Instagram	50.1%	70.0%	73.3%	63.7%	48.6%	40.7%	21.3%	41.4%	58.9%
mixi	2.0%	2.9%	1.8%	4.1%	1.6%	1.6%	0.7%	2.8%	1.2%
GREE	1.4%	2.9%	2.8%	2.4%	0.3%	1.0%	0.4%	1.4%	1.4%
Mobage	2.1%	6.4%	2.8%	4.1%	1.3%	1.0%	0.0%	2.8%	1.5%
Snapchat	1.7%	4.3%	3.7%	2.9%	0.9%	0.7%	0.0%	1.7%	1.8%
TikTok	28.4%	66.4%	47.9%	27.3%	21.3%	20.2%	11.8%	25.7%	31.2%
YouTube	87.1%	96.4%	98.2%	94.7%	89.0%	85.3%	66.2%	89.9%	84.2%
ニコニコ動画	14.9%	27.9%	28.1%	17.1%	9.1%	10.4%	7.7%	19.7%	10.0%

図2 ソーシャルメディア系サービス・アプリの利用率

出典：総務省情報通信政策研究所(2023)

02. アプリが解決できる課題・新たに創出される価値

SNSを通じた拡散と来訪者促進

ユーザーがポストカードをSNSへ共有することで情報の拡散が可能，来訪者の促進に効果的

Instagramの利用率が高い女性の来訪率の向上につながる

■ 性別(SA)

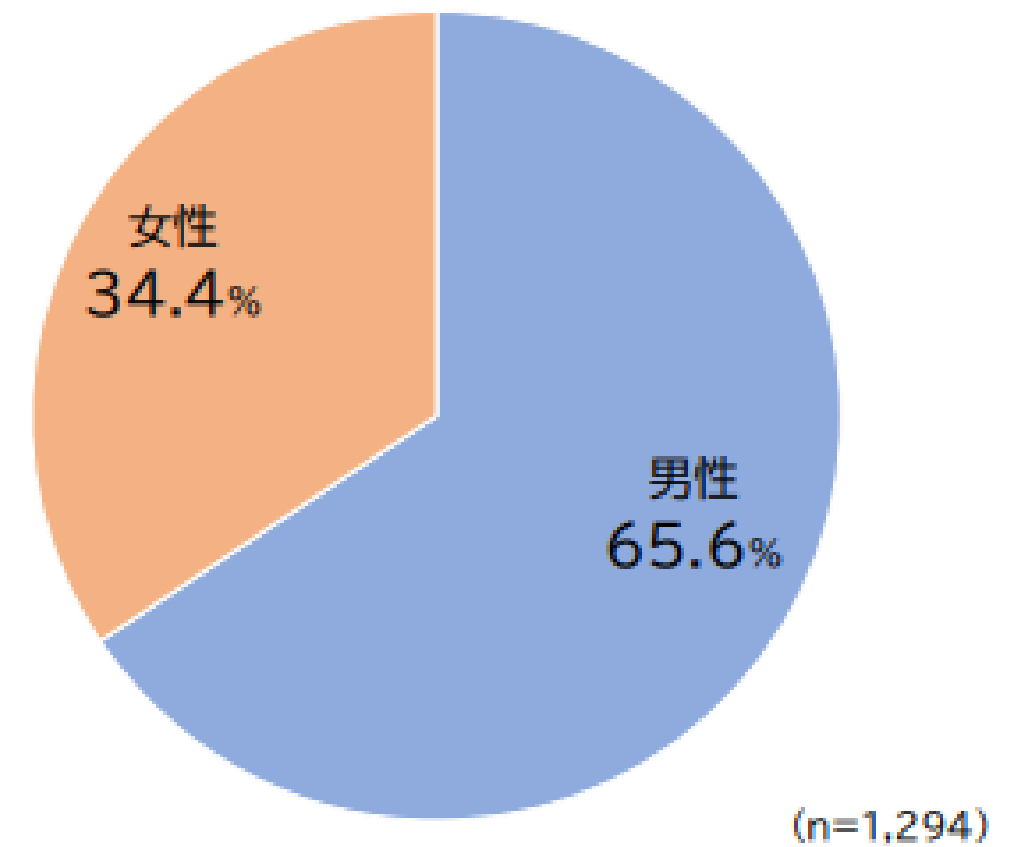


図3 呉市の来訪者の性別比率

出典：呉市(2023)

03.

今後の発展性

- リアルタイム人流データやポストカードの取得数等による人気ランキング表示
- ボーナススポット来訪によるクーポン配布などの特典
- ゲーム性を持たせた機能追加

03.

今後の発展性

リアルタイム人流データやポストカードの取得数等
による人気ランキング表示

まち歩きマップと迷路探索マップの各スポット付近のリアルタイムの
人流データがあれば、リアルタイムで人気スポットを表示可能

また、ポストカード取得数をカウントするAPIを新たに作成することで
累計ランキングも算出可能

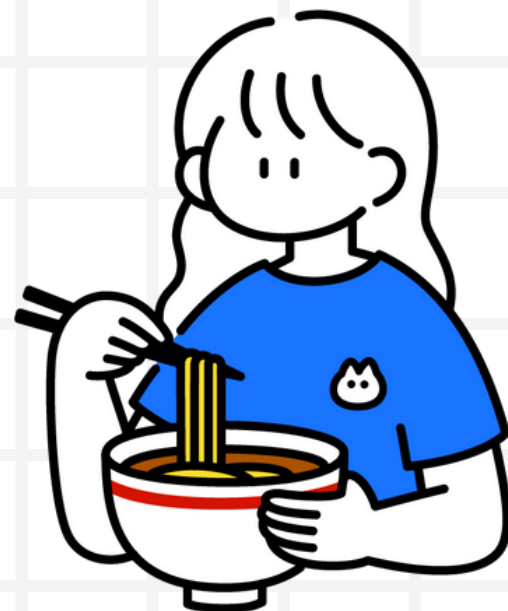


03.

今後の発展性

ボーナススポット来訪によるクーポン配布などの特典

予算や施設の協力により実現可能であれば、ボーナススポット来訪により観光施設や
付近の飲食店などのクーポンを配布
自然や街並みだけでなく、観光施設や食に対する魅力も伝えることができる

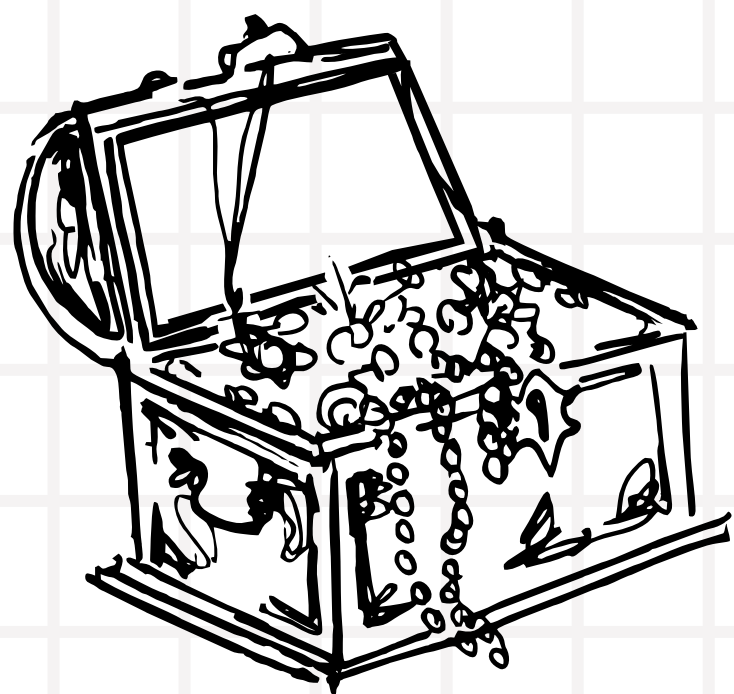


03.

今後の発展性

ゲーム性を持たせた機能追加

地図に関連付けた宝探しや謎解きゲームなどのゲーム性を持たせた機能追加,
期間限定イベントなどの開催



04.

参考文献

1. 【報告書】令和4年度マーケティングによる戦略策定を行うための観光客動向等調査，
呉市 (2023)
2. 令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書〈概要〉，
総務省情報通信政策研究所(2023)

THANK YOU

ありがとうございました

