

スマートフォンによる消費喚起型周遊モデル『びわ探』

滋賀県の観光と物産の振興に関する様々な事業を展開している「(公社)びわこビジターズビューロー」は、地域経済に貢献できる消費喚起型周遊モデルとして、滋賀県の魅力を探検・探索・探訪するためのスマートフォン用のアプリ『びわ探』を開発するなど、ICTを活用した観光振興事業に取り組んでいる。

背景

富士通(株)は、2009年に滋賀銀行から農業に対する取り組みの相談を受け、滋賀県農政水産部と地域ブランド向上のための取り組みを開始した。しかし特産品のブランド化だけでは経済的な効果に結びつきにくいと、[観光+食+農]というスタイルを提案し、びわこビジターズビューローを訪問。様々な検討を経て、文化財を使った観光振興事業として既存の文化遺産資料をデジタル化して情報活用のための基盤を作った。続いて文化遺産や観光名所を紹介し、スタンプラリーも楽しめ、かつ、電子金券機能も持つスマートフォン用アプリ『びわ探』を提供した。また、地元住民自らが情報発信をする「まち記者」を育成し、観光や文化遺産に関する情報や地元のアピールポイントを継続発信できる仕組みへと発展させた。

概要

- ①ICT 活用により、滋賀の魅力を発信し、地元商店等の情報発信力の底上げを行い、旅行者への情報案内を強化する。このことで「観光客誘致を向上」させ、地域消費を促進させる。さらに飲食店等で地元食材利用を促進させることで、地産地消を推進させていく。
- ②誰もが使える情報発信基盤を構築し、滋賀県の魅力を探検・探索・探訪するためのスマートフォン用のアプリ『びわ探』を開発。地域の飲食店などの商店、農水生産者、観光コンシェルジェ、地域活動者など ICT を使いこなせる人材を育成し、「まち記者」として旬な情報を地域・現場から情報発信できるようにする。そのための ICT 活用サポーターも育成する。

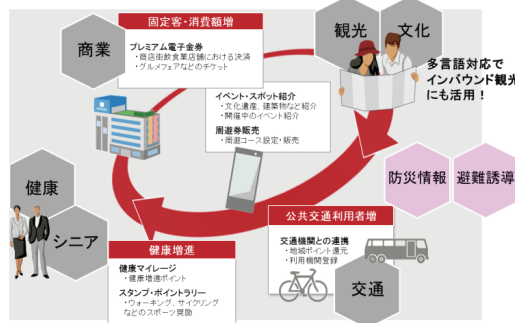
スマートフォンを活用したWIN-WINの仕組み



アピールポイント

■地域経済に貢献できる消費喚起型周遊モデル

- 「観光・文化事業」は中心街活性化(商業)をはじめ、シニア・健康関連事業、交通機関や地元企業と連携した事業に展開。
- システムは外国人やシニアを意識したアクセシビリティ(多言語対応・音声入力等)や、AR(拡張現実)技術を取り入れ、容易なコンテンツ理解とビジュアルによる親しみやすさを追求。
- プレミアム電子金券の活用で、地域とのつながりをアップさせ、消費を喚起させることもできる。
- 消費者も事業者も普段から『びわ探』を使用して操作に慣れることで、有事の際にも情報源として利用できることも視野に入れている。地図上に、避難経路を示すことや、お知らせ情報を流すことも可能。
- ICTによる発信情報はネット上に蓄積され、飲食店などが発信した小さな情報も時間を経て量が蓄積。それ自体が地域の情報資源としての価値になる。
- 印刷物は情報ストックにならず効果は一過性。ICT利活用で安価に情報ストックでき、中長期的視点で価値がある。



人

Key Person

- 事業の立ち上げ・開発にあたっては、株式会社滋賀銀行、富士通株式会社、株式会社富士通システムズ・ウエスト、公益財団法人びわこビジターズビューローが連携して行った。

<協力企業>

- 琵琶湖汽船株式会社・株式会社琵琶湖ホテル・株式会社黒壁・京阪電気鉄道株式会社・近江鉄道株式会社・滋賀交通株式会社・株式会社住文(北びわこホテルグラツィエ)・株式会社メリーデイズ(ローザンベリー多和田)・JT B 大津支店 ※着地型観光研究会参加企業



●社団法人びわこビジターズビューロー 広報宣伝部長 中島良一氏(写真右)、藤川篤史氏(写真左)が事業展開にあたりご尽力いただいた。※肩書きは2014年3月当時