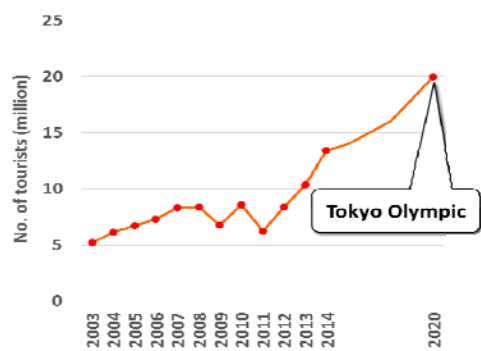


1. 背景, 目的

近年, 日本における外国人観光客は増加傾向
⇒2020年に開催される東京オリンピックに向けて**インバウンドビジネス**が注目されている. 埼玉県における外国人観光客は少ない.



＜さいたま市の主な観光地＞

- ・鉄道博物館(大宮)
- ・氷川神社(大宮)
- ・盆栽村(土呂)
- ・日本人形(岩槻)

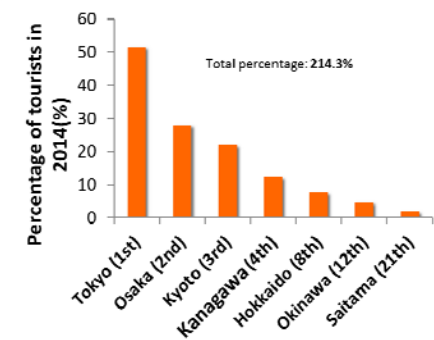
知名度が低い



⇒観光客の増加を達成するために

目的

さいたま市の魅力を知ってもらう機会を提供するとともに, 観光をサポートするシステムを導入し観光客の増加を図る.



日本政府観光局(JNTO) 2014年度

2. Photo Walk

「Photo Walk」とは, 世界的に有名なイベントの一つで外国では人気が高い. 公式な組織によってイベントを開催されるわけではなく, 有志の団体などによって企画される.

⇒日本ではあまり開催されていない



＜イベント内容＞

- ・カメラを持って歩行と撮影を楽しむ
- ・歩行距離は一般的に10km程度
- ・参加人数は約20~30人で開催

＜イベント特徴＞

電車やバスなどの交通手段を使わない歩行企画

⇒ 観光地だけでなく, 道中の店などのさいたま市のライフスタイルを知ってもらう機会を提供.

＜企画案「Photo Walk in Saitama」＞

距離は6.8kmとし, さいたま市の観光地を通過.
※氷川神社, 大宮公園, 盆栽村, 鉄道博物館...

⇒さいたま市における観光地の知名度向上を図る.



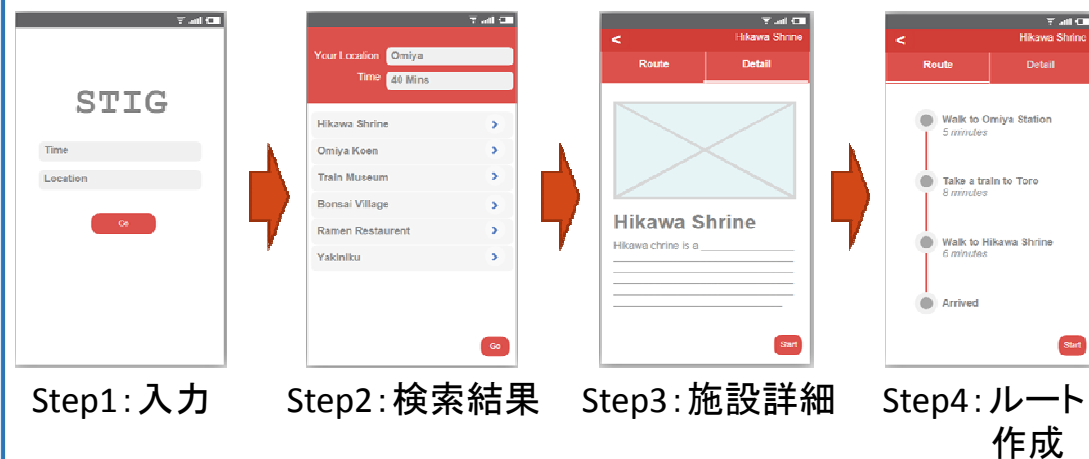
4. 観光支援アプリケーション

- ・イベント時間外における, 空き時間を有効活用化
- ・観光地だけでなく, 周辺施設での食事や買い物もサポート
- ・目的地までの移動手段を容易に検索
- ・所要時間を最優先に考慮し, 施設を紹介, 独自の観光ルートを作成



アプリケーション使用方法

- Step1:入力画面にて現在地, 及び所要時間の入力.
- Step2:入力条件に応じて観光地, 及び周辺施設の一覧を表示.
- Step3:気になる施設を選択し, 概要や移動手段を確認.
- Step4:行きたい施設をいくつか選択し, 独自のルートを作成.



5. 評価

＜SUS (System Usability Scale)＞

3ヶ国(タイ, ベトナム, マレーシア)の学生36人にアンケートを実施.

その結果を「SUS」によって解析.

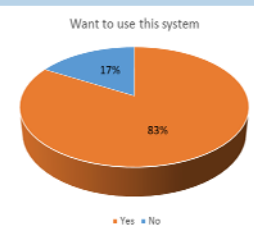
SUS score: 70.6⇒B Grade(70以上)

※B grade:「ぜひアプリを使いたい. ただし, 他人にオススメしたい訳ではない.」

回答者の意見:

- ・さいたま市以外の地域情報も検索可能
- ・オフラインでも使用可能
- ・音声入力機能が欲しい
- ・iOSにも対応

アンケート結果



3. 実地調査

イベント開催における現地調査, 及び現状把握を実施.

目的: 全体の所要時間と移動方法の確認, またさいたま市の言語支援による現状把握.

調査対象: 鉄道博物館, 氷川神社, 大宮公園, 及び大宮盆栽村.



成果

イベント開催における全体の所要時間は約3~4時間. また, さいたま市観光地の言語支援は多数実施されているが, 周辺施設(食事や買い物を要する場所)を知ることが困難という結果を取得.

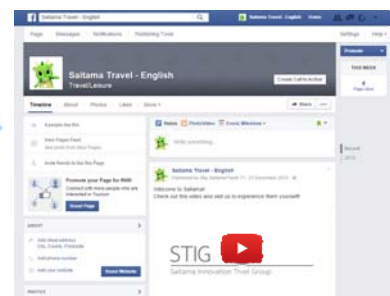
⇒以上の結果を基に, 開発アプリケーションを考案, 設計を実施.

6. PR

・イベント及びアプリケーションの宣伝方法として, さいたま市のPhoto WalkにおけるPR動画を作成.

・PR動画の拡散, 及び定期的にさいたま市の観光地, グルメ, イベント情報などを投稿するため, SNSサイトに投稿.

・Facebookによる5カ国語対応アカウントを設立.



- ・日本語
- ・英語
- ・タイ語
- ・マレーシア語
- ・エチオピア語