

アプリを活用した街道観光への誘客・周遊促進
に関する実証事業

事業報告書

(概要版)

令和6年3月

国土交通省 関東運輸局 観光部

[目 次]

1. 事業概要	1
1-1 事業の目的.....	1
1-2 事業の項目・数量.....	1
1-3 事業の実施フロー.....	2
1-4 事業の工程.....	3
2. アプリの企画・開発及び運営・管理	4
2-1 実証エリアの設定.....	4
2-2 実施時期の設定.....	4
2-3 アプリの企画・開発.....	5
2-4 観光スポットの情報.....	8
2-5 受入環境整備.....	9
3. 効果的な事業の実施と利用促進 PR	10
3-1 利用促進 PR.....	10
3-2 アプリのダウンロード数.....	10
4. 実施結果と効果検証	11
4-1 移動ログ分析.....	11
4-2 利用者アンケート調査.....	17
5. 次年度以降の他地域への展開方針と手法の検討	19
5-1 次年度以降の展開方針について.....	19
5-2 他エリアで導入を進める際の課題と手法について.....	20

1. 事業概要

1-1 事業の目的

1-1-1 目的

関東運輸局では、広域関東¹エリアの統一ブランディングによる観光振興策として、“街道”を軸とした誘客、地域活性化を目指し、『江戸街道プロジェクト』²を推進しているところ。インバウンド誘客をはじめその具体的な振興策を検証するための実証事業を実施した。

具体策のひとつとして、専用アプリの導入による街道観光促進（誘客と周遊促進による地域経済の活性化）の効果を確かめ、その有効性を検証することを目的とした。同時に、実証によって得られた結果をもとに、広域関東エリア内の他地域へ横展開するための方策を検討することを目的とした。

1-1-2 内容

街道沿いの観光情報等を組み込んだ街歩き観光アプリを開発し、訪日外国人及び国内旅行者の誘客と周遊促進に対する有効性を検証した。アプリのコンテンツは、街道の歴史や文化等を含む観光スポット情報に加え、周遊（街歩き）と消費を拡大するための仕組み、旅行者参加型の投稿機能などのエンターテインメント要素を含み、デジタル実装による観光DXの推進に資する取組内容とした。

1-1-3 事業の概要

本事業の概要は以下のとおりである。

事業名：アプリを活用した街道観光への誘客・周遊促進に関する実証事業

履行期限：令和6年3月29日

発注者：関東運輸局 観光部 観光企画課

受注者：株式会社ケー・シー・エス 東京支社

1-2 事業の項目・数量

本事業の項目・数量は以下のとおりである。

表 1-2.1 事業の項目・数量

事業の項目	単位	数量	摘要
1. 計画準備	式	1	
2. アプリの企画・開発及び運営・管理	式	1	
3. 効果的な事業の実施と利用促進 PR	式	1	
4. 実施結果と効果検証	式	1	
5. 次年度以降の他地域への展開方針と手法の検討	式	1	
6. 事業報告書の作成	式	1	
7. 打合せ協議	式	1	

¹ 広域関東とは、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県の1都10県をいう。

² 「江戸街道プロジェクト」の概要は以下の関東運輸局のサイトを参照。
(https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/kankou/kankou/edokaido_project.html)

1-3 事業の実施フロー

本事業の実施フローは以下のとおりである。

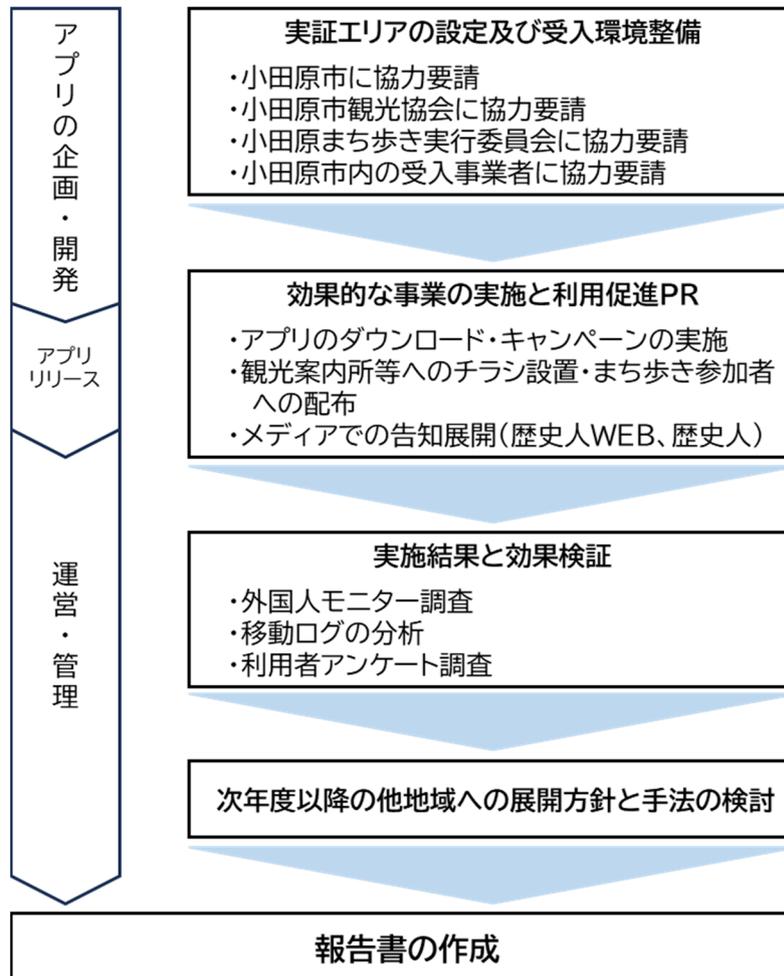


図 1-3.1 事業の実施フロー

2. アプリの企画・開発及び運営・管理

2-1 実証エリアの設定

本事業の実証エリアは、**エラー! 参照元が見つかりません。**に示すとおり、観光地としての魅力と優位性並びにアプリ開発の観点から「神奈川県小田原市」とした。

表 2-1.1 実証エリアとその設定理由

実証エリア	神奈川県小田原市	
理由① 観光地としての魅力と優位性	<ul style="list-style-type: none"> * 東海道の主要宿場町(小田原宿)であり、観光地としてのポテンシャルが高い。 * 東京駅から新幹線 35 分足らずのアクセスの良さ。 * 小田原城は最もアクセスが良い城郭と言える。 * 戦国期から近代にいたる各時代の歴史観光が楽しめる。 * 明治以降の文化人・財界人の住居や別荘などが公開されている。 * 相模湾と箱根や丹沢の山々による山海の自然に恵まれている。 * 魚介類、梅干しや柑橘類などの名産品、豊かな農林水産物と食文化がある。 * 伝統的祭礼など多くのイベントがある。 	インバウンド 来訪者増大が 期待できる。
理由② アプリの観点	<ul style="list-style-type: none"> * 地域に既存の観光アプリ「小田原さんぽ」があり、観光情報が整理されている。 * その情報の活用が可能である。(※掲載する観光資源の取材から始めるのは、時間的またコスト的にも対応が難しい。) * 行政及び観光協会と良好な関係があり、情報共有や事業運営を円滑に実践できる。 	

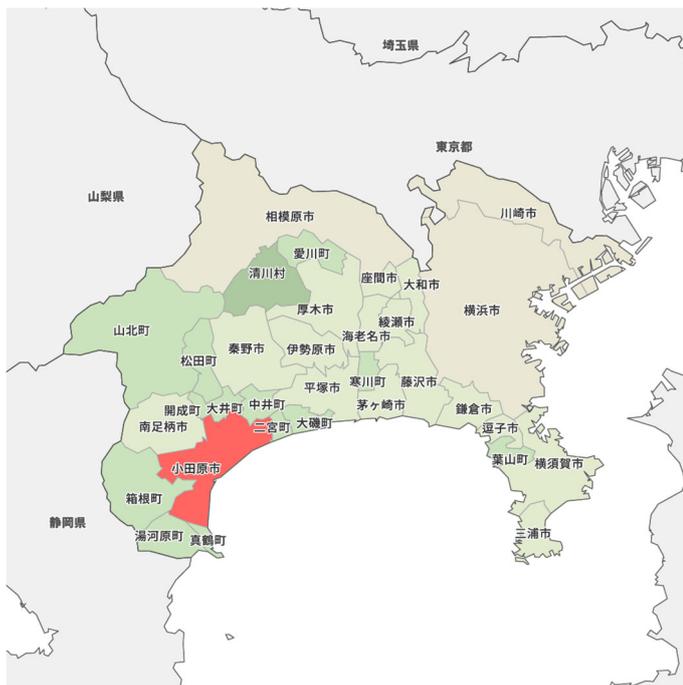


図 2-1.1 小田原市の位置¹

2-2 実施時期の設定

実施時期は、アプリの開発工程と受入環境整備の進捗を勘案して、以下のとおりとした。

開始：2023年 11月 15日 (水)

終了：2024年 1月 31日 (水) (約 11週間)

¹ 出典：Map-It マップイット(c)

2-3 アプリの企画・開発

開発したアプリの機能は下記のとおりである。

表 2-3.1 開発したアプリの機能一覧表

No	分類	画面	機能	対応内容	
1	アプリ	スプラッシュ画面		アプリ起動時のスプラッシュ画面を表示する。	
2		ガイド開始画面		当該アプリの説明およびガイドを開始する画面	
3		メニュー画面		<ul style="list-style-type: none"> ・まち歩きを始めよう ・お近くのお得情報 ・いいね！フォト発信 ・投稿フォト一覧 ・みんなのフォトライブラリ ・このアプリについて ・プライバシーポリシー 各画面に遷移するメニュー	
4		地図画面	地図表示・地点表示 ・案内表示機能		Google Map の地図上にランドマークをピンで表示し、それをタップするとモーダルで観光地案内を表示する。
5			地点近傍での観光紹介		地点に近付いたら自動で観光地案内情報表示
6			現在地表示機能		地図上で現在地情報を表示する。 ※現在地が取得できている場合
7			位置情報取得機能		現在地を取得し、定期的にサーバーにアップする。 現在地取得に伴う確認画面(審査時に必須)の実装も含む
8			歩数取得機能		歩数カウント処理を実装し、歩数をカウント・蓄積する。
9			距離・歩数・カロリー 計算画面		スタート～ゴール間の移動距離・歩数・カロリーを計算し合計値を表示する。
10			ガイド終了		ガイドを終了し距離・歩数・カロリー結果画面へ遷移する
11	フォト発信画面		スプラッシュ		フォト発信画面へ遷移した瞬間、当該機能でやることを説明するスプラッシュ画面を表示する
12		カメラ画面		カメラを起動しカメラ撮影を可能とする。	
13		保存確認		撮影した写真を保存するか確認する画面	
14		コメント入力画面		撮影した写真に対してタイトルとコメントを入力する画面。チェック機能含む	
15		入力確認画面		送信完了後は送信完了モーダルを表示する	
16		送信実施・完了画面		写真&コメント情報をサーバーへ送信する処理。 正常終了したら完了画面を表示する。 ※エラーの場合はエラー画面を表示	
17		送信一覧・ 公開取消画面		送信済のいいね写真&コメントを一覧表示し、公開・非公開を選択可能とする。なお、公開・非公開の別はネットワークに接続しているときに限り反映する。	
18		お得情報画面	お得情報一覧画面		お得情報を表示する画面 サーバー側にお得情報を設置し、それを一覧表示する。
19	QRコード 読み取り画面		お得情報対象店舗に張り出されているQRコードを読み取る画面。		
20	QRコード 読み取り完了画面		QRコードを正常に読み取れたことを表示し、店舗スタッフに当該画面を見せることで特典を受けられる。		
21	サーバ	みんなのフォトライブラリサイト		利用者から送信された「いいね写真」とコメントを表示するWEBサイト	
22		管理者投稿画像確認画面		管理者のみログインを可能とし、「いいね写真」とコメントを一般公開してよいかチェックする管理者専用画面。写真・コメント毎に承認・却下をする。	
23		いいね写真・コメント受信 API		スマホアプリから送信された「いいね写真」とコメントを受信しサーバー内に保存する API	
24		いいね写真・コメント公開可否登録 API		スマホアプリから送信された「いいね写真」とコメントのWEBサイト公開可否を登録する API	
25		プローブ受信 API		スマホアプリから受信する	
26	共通	多言語対応		iOS・Android アプリともに、OSの言語設定に応じて表示言語を切り替える設定を行う。	

アプリの画面遷移 (1/2)



図2-3.1 アプリの機能概要 (機能メニューの概要)

アプリの画面遷移 (2/2)



図2-3.2 アプリの機能概要(まち歩きガイド)

2-4 観光スポットの情報

2-4-1 歴史・文化資源等の基本的な情報

本事業で使用したアプリに掲載した小田原市の歴史・文化資源等の基本的な情報は、小田原市の公式アプリ「小田原さんぽ」に掲載された観光スポット等の情報をご提供いただいた。「小田原さんぽ」の機能概要は以下のとおりである。

【参考】小田原市公式アプリ「小田原さんぽ」¹

まち歩きアプリケーション「小田原さんぽ」

小田原の観光スポット情報や AI によるモデルコース提案、AR 機能を利用して現存していない建物を 3DCG で蘇らせる仮想空間体験など、アプリケーションならではの楽しみ方が盛り沢山です。

観光に訪れる方はもちろん、小田原にお住まいの方もアプリケーションを片手にお散歩してみれば、新しい魅力を発見できるはずです。是非ダウンロードしてご活用ください。

※危険ですので、歩きスマホなどは絶対にしないでください。

■トップ画面

トップ画面は小田原城の画像を使用しています。

使用したい機能のアイコンをタップすれば、当該機能のページに飛びます。

また、右上にはアプリの使い方を示した「ヘルプ画面」、運営側からの「お知らせ画面」、お気に入り登録した施設を一覧で表示できる「お気に入り機能」があります。

さらに、観光に役立つ「今日の小田原の天気」を表示しています。



【ヘルプ画面項目】

- | | |
|----------------|-----------|
| ➤ アプリをより楽しむために | ➤ AR 道案内 |
| ➤ 観光施設検索・イベント | ➤ 記念撮影 |
| ➤ バーチャル歴史探索 | ➤ ポイントラリー |
| ➤ モデルコース | ➤ お知らせ |

2-4-2 小田原の歴史や名産品のストーリー

本実証で用いるアプリには、地域の歴史や文化等を含む観光スポット情報に限らず、周遊や消費拡大につながるようなコンテンツを付与することとした。

このため、ユーザーに対して、小田原市の食や伝統工芸品など地域の伝統ある生業（なりわい）にまつわるストーリーを提示するページを製作した。添付した画像は、「小田原さんぽ」（小田原市）に掲載されている写真のほか、神奈川県の特産に基づいて「かながわの名産 100 選」の写真を適宜使用した。

1 小田原市 website：「まち歩きアプリケーション『小田原さんぽ』」【2024年1月24日更新】
(<https://www.city.odawara.kanagawa.jp/kanko/p22249.html>)

2-5 受入環境整備

実証エリアである小田原市の観光部局（小田原市経済部観光課）、一般社団法人小田原市観光協会、小田原まち歩き実行委員会への協力要請を行った。

なお、小田原市経済部観光課には、小田原市公式お散歩アプリ「小田原さんぽ」の歴史・文化等に係るデータ（文章・画像）をご提供いただいた。

また、周遊する来訪者（観光客・ウォーキング等）の受入事業者への協力依頼を行い、次の11事業者のご協力をいただいた。小田原城天守閣（一般社団法人小田原市観光協会）、本丸茶屋（有限会社小田原タウンサービス）、早瀬のひもの（有限会社早瀬幸八商店）、グリラ木の実、どらやき屋・菜の花（株式会社菜の花）、小田原まると、ピストロ ローヤル、マツシタ靴店（有限会社松下靴店）、レストラン レカイエ、小田原さかなセンター（株式会社小田原さかなセンター・有限会社小田原タウンサービス）、鈴廣かまぼこの里（鈴廣かまぼこ株式会社）。

その他、以下の場所においてアプリのチラシ設置等のご協力をいただいた。

- ・小田原駅東西自由連絡通路（小田原市土木管理課）
- ・小田原駅観光案内所（一般社団法人小田原市観光協会）
- ・ミナカ小田原（万葉倶楽部株式会社）
- ・小田原城址公園（小田原市 経済部 小田原城総合管理事務所）
- ・小田原市観光交流センター（小田原市 経済部 商業振興課）
- ・小田原宿なりわい交流館（小田原市 経済部 商業振興課）

3. 効果的な事業の実施と利用促進 PR

3-1 利用促進 PR

3-1-1 観光案内所等へのチラシ設置・まち歩きツアー参加者への訴求

アプリのチラシを観光案内所等に設置していただいた。

- ・小田原駅観光案内所（一般社団法人小田原市観光協会）
- ・ミナカ小田原（万葉倶楽部株式会社）
- ・小田原市観光交流センター（小田原市 経済部 商業振興課）
- ・小田原宿なりわい交流館（小田原市 経済部 商業振興課）

また、一般社団法人小田原市観光協会を通じて、小田原まち歩き実行委員会（小田原ガイド協会、小田原まちづくり応援団、小田原まちセッションズ）による「まち歩きツアー」の参加者に対するアプリ訴求チラシの配布にご協力いただいた。



3-1-2 アプリのダウンロード・キャンペーンの実施

- ①2023年11月18・19日(土日)：小田原駅東西自由連絡通路（小田原駅観光案内所前）
- ②2023年12月16・17日(土日)：ミナカ小田原、小田原城址公園

3-1-3 メディアでの告知（歴史人 WEB・歴史人）

アプリの認知向上のため、メディア「歴史人 WEB」及び「歴史人」にて告知展開を実施。

「歴史人 WEB」 (2023年12月11日掲載)	「歴史人」(2024年2月号) (2024年1月6日発売号)
	

3-2 アプリのダウンロード数

アプリの利用促進 PR の結果、アプリのダウンロード数は、iPhone が 426 件、android が 247 件となった。

4. 実施結果と効果検証

4-1 移動ログ分析

4-1-1 周遊及び滞留の状況

1) プロット図

移動ログで得られたGPSの位置情報を地図上で可視化した「プロット図」を図4-1.1に示す。得られたサンプル(N=645)には周遊時間の長短があるので凡例で色分けした。例えば、最も長い60分以上の周遊を行っているサンプルは赤(●)で示している。

これをみると、小田原駅と小田原城址公園及びそれを結ぶ「お城通り・お堀端通り」を中心とする周遊がみられるほか、さらに広域への周遊が行われていることが確認できる。全体にアプリに掲載した観光スポット(★)や協カスポット(★)をたどるような周遊データが得られているように見える。これはアプリの訴求対象が小田原駅や小田原城址公園への来訪者のほか、ウォーキングのガイドツアー参加者等にも訴求していることによると考えられる。

小田原駅・小田原城址公園から遠い位置への長距離の周遊としては、かまぼこ通りや御幸の浜、TOTOCO小田原を含む小田原漁港エリア、あるいは松永記念館、鈴廣かまぼこの里等の方面や、さらに遠方の石垣山一夜城歴史公園へと移動したプロットが確認できる。



図4-1.1 プロット図(全データ・全期間)

2) 移動経路図

上記プロット図に移動方向を加えた移動経路図を図4-1.2に示す。移動経路図は、移動方向も視覚化したものである。

周遊時間60分以上のサンプル(→)に着目すると、小田原駅を起点にして〔小田原駅→小田原城址公園→かまぼこ通り→御幸の浜→街ナカ→小田原駅〕という反時計回りの周遊が比較的多くみられる。「かまぼこ通り」については、西側の周遊が多いが、東側まで足を延ばしているサンプルは相対的に少ない。かまぼこ通りへの来訪者の多くは、そのまま御幸の浜まで足を延ばしている。

また、城山公園や松永記念館を周遊しているサンプルは、白秋童謡の散歩道「からたちの花の小径¹」を散策するルートを通ったものとみられる(資料編：資料2を参照)。

なお、TOTOCO小田原を含む小田原漁港エリアへは徒歩移動と自動車移動の両方がみられる。鈴廣かまぼこの里や石垣山一夜城歴史公園に立ち寄ったサンプルはほとんどが自動車移動とみられる。



図4-1.2 移動経路図(全データ・全期間；矢印は進行方向)

¹ 小田原市 website：「白秋童謡の散歩道が完成しました！」

https://www.city.odawara.kanagawa.jp/field/lifelong/life_edu/songs/walk/kansei.html

3) ヒートマップ (メッシュ図)

来訪者の滞留状況を把握するため、一般にヒートマップと呼ばれるメッシュ図を作成した。メッシュサイズは100mで、メッシュの色分けは来訪者の平均滞在時間を示す。

最近の観光客等の行動を鑑みると、立ち止まって写真を撮るだけでもその場所に関心があると考え、5分以上の滞留箇所（黄色・濃赤メッシュ）は、小田原駅と小田原城址公園およびその近隣の街ナカのスポット（多くは飲食店や物販店）、JR東海道線の西側に位置する松永記念館や城山公園、小田原漁港エリアやTOTOCO小田原、そのほかターンパイク箱根の出入り口付近、鈴廣かまぼこの里や石垣山一夜城歴史公園等である。

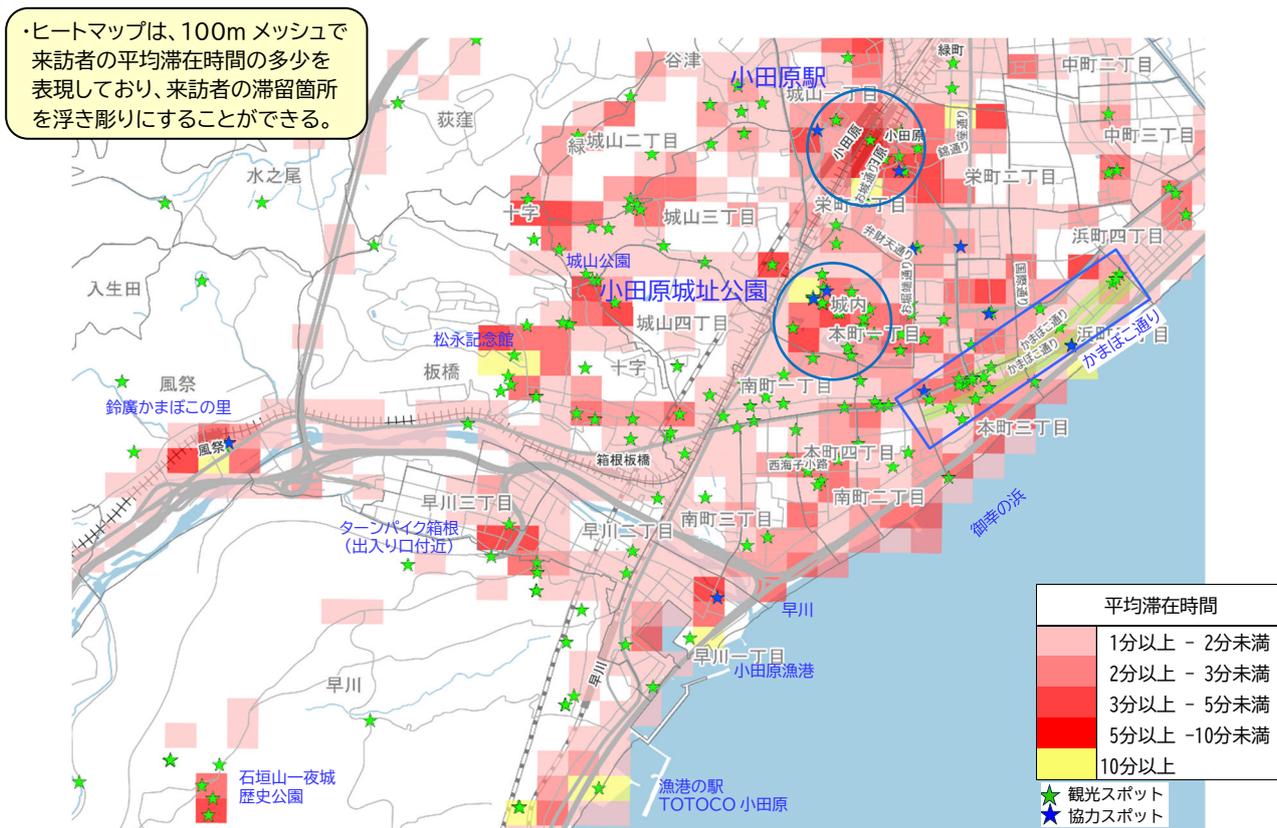


図4-1.3 ヒートマップ (全データ・全期間)

4-1-2 平日・休日の比較

・休日は、平日と比較すると、全体に行動範囲が広がっている。
 ・アプリ掲載の観光スポット(★)のうち、JR 東海道線の北西側のエリアなど距離が遠い場所や行きにくい場所にも周遊している記録がある。

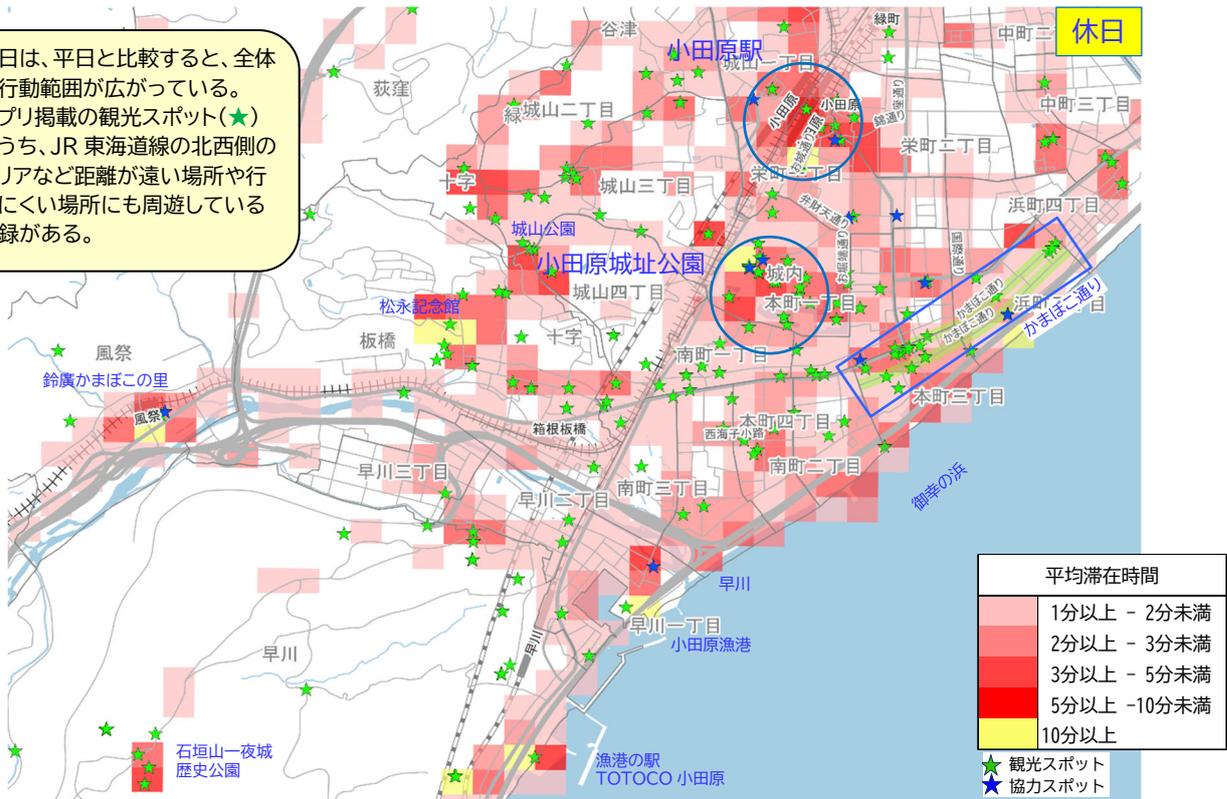


図 4-1.4 ヒートマップ (全データ・休日)

・平日は、小田原駅周辺と小田原城址公園及びその近傍の街ナカに集中している。
 ・その他の平均滞在時間 10 分以上の滞留箇所(黄色メッシュ)は、いずれも買い物スポットや飲食スポットのメッシュである。

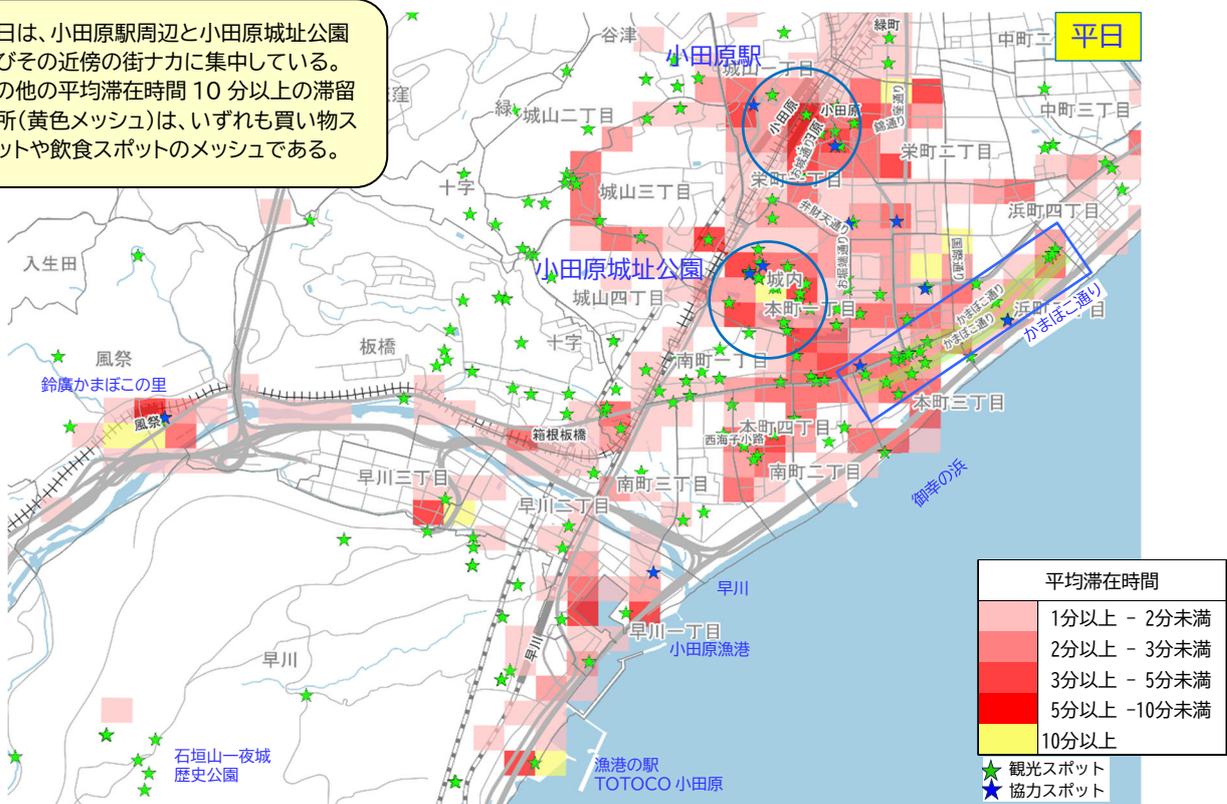


図 4-1.5 ヒートマップ (全データ・平日)

4-1-3 外国人観光客と国内来訪者との比較

外国人来訪者の特徴をみるために、ヒートマップにより国内来訪者と比較を行った。

外国人来訪者のヒートマップをみると、国内来訪者よりも滞留箇所（着色メッシュ）の広がりが狭く限定されている傾向があるように見える。

ただし、かまぼこ通りから海辺に出るスポットや小田原漁港の海を眺める公園、日本の歴史公園 100 選に選定された庭園がある美術館「松永記念館」など、国内来訪者は少ないが、外国人来訪者は多く訪れるスポットがあることが把握された。

一方、国内来訪者は多いが、外国人来訪者は少ない場所として、城山公園を含むエリア、ターンパイク箱根の出入り口付近、石垣山一夜城歴史公園が挙げられる。

城山公園を含むエリアは、白秋童謡の散歩道「からたちの花の小径」を散策するルートが含まれる。北原白秋の童謡は、日本人にとっては幼少時代の記憶に触れる要素があるが、外国人には訴求できていない可能性がある。また、ターンパイク箱根の出入り口付近は、箱根方面または西湘バイパス方面との自動車移動に便利がよい買い物・飲食スポットである。さらに、石垣山一夜城歴史公園は他の観光スポットからは距離があり、その意味でアクセシビリティが悪い位置にある。

小田原は従来から箱根への外国人旅行者の行き又は帰りの一時的な立寄りスポットになっている点が課題とされており、その場合は 1~2 時間から半日程度の滞在時間で小田原駅と小田原城址公園を往復する周遊が多くなっている。

その観点からみると、今回の実証で外国人来訪者の周遊が多かった小田原漁港エリアや、松永記念館（小田原市郷土文化館分室）をはじめ、皆春荘（旧山縣有朋・清浦奎吾別邸）、古稀庵（山縣有朋侯爵別邸跡）等がある板橋エリアは、小田原城址公園以外に外国人来訪者が関心をもつ周遊スポットとして注目される。

 :外国人が特徴的に多く滞留した箇所

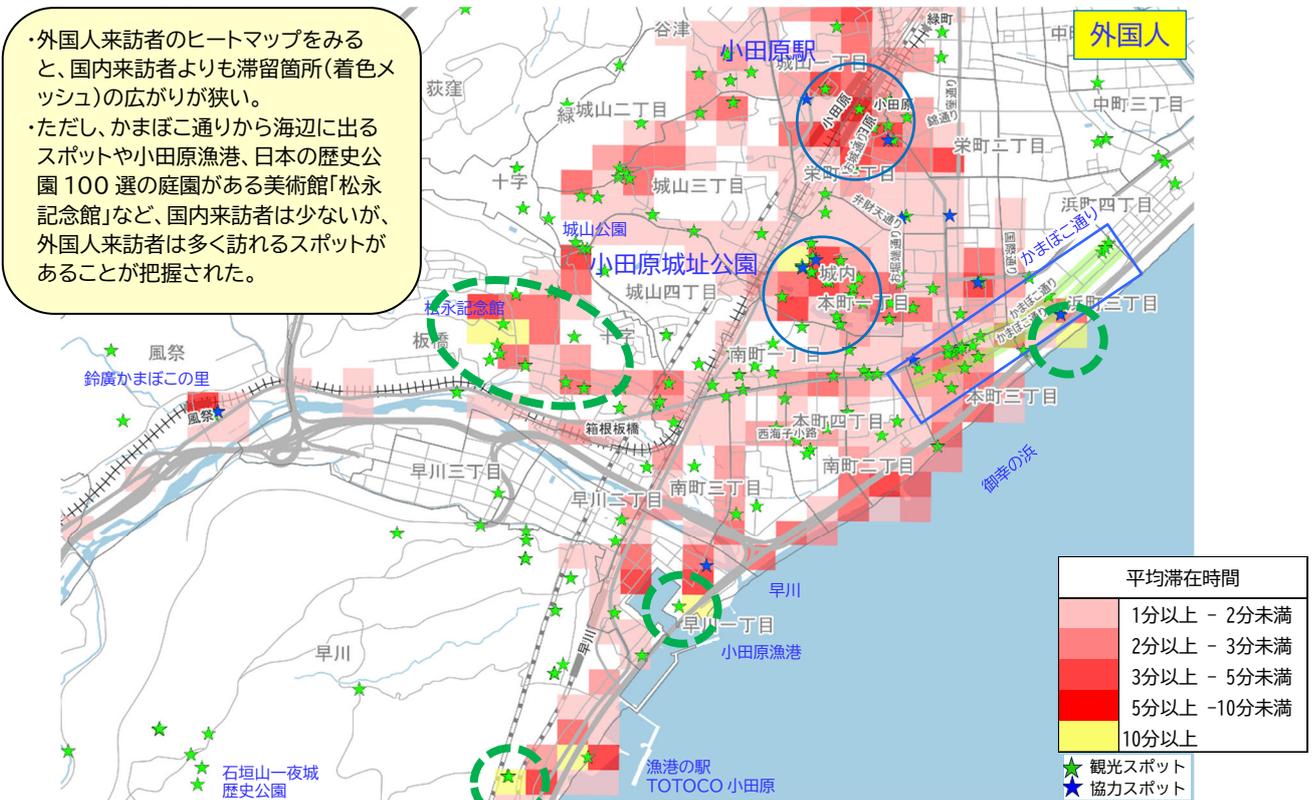


図 4-1.6 ヒートマップ（外国人・全期間）

 :国内来訪者が特徴的に多く滞留した箇所

- ・国内来訪者は多いが、外国人来訪者が少ないスポットとして、城山公園を含むエリア、ターンバイク、石垣山一夜城歴史公園が挙げられる。
- ・城山公園を含むエリアは、白秋童謡の散歩道「からたちの花の小径」を散策するルートであり、外国人には訴求できていない可能性がある。
- ・ターンバイク箱根の出入り口付近は自動車移動の買い物・飲食スポット。
- ・石垣山一夜城歴史公園は他の観光スポットからは距離がある。

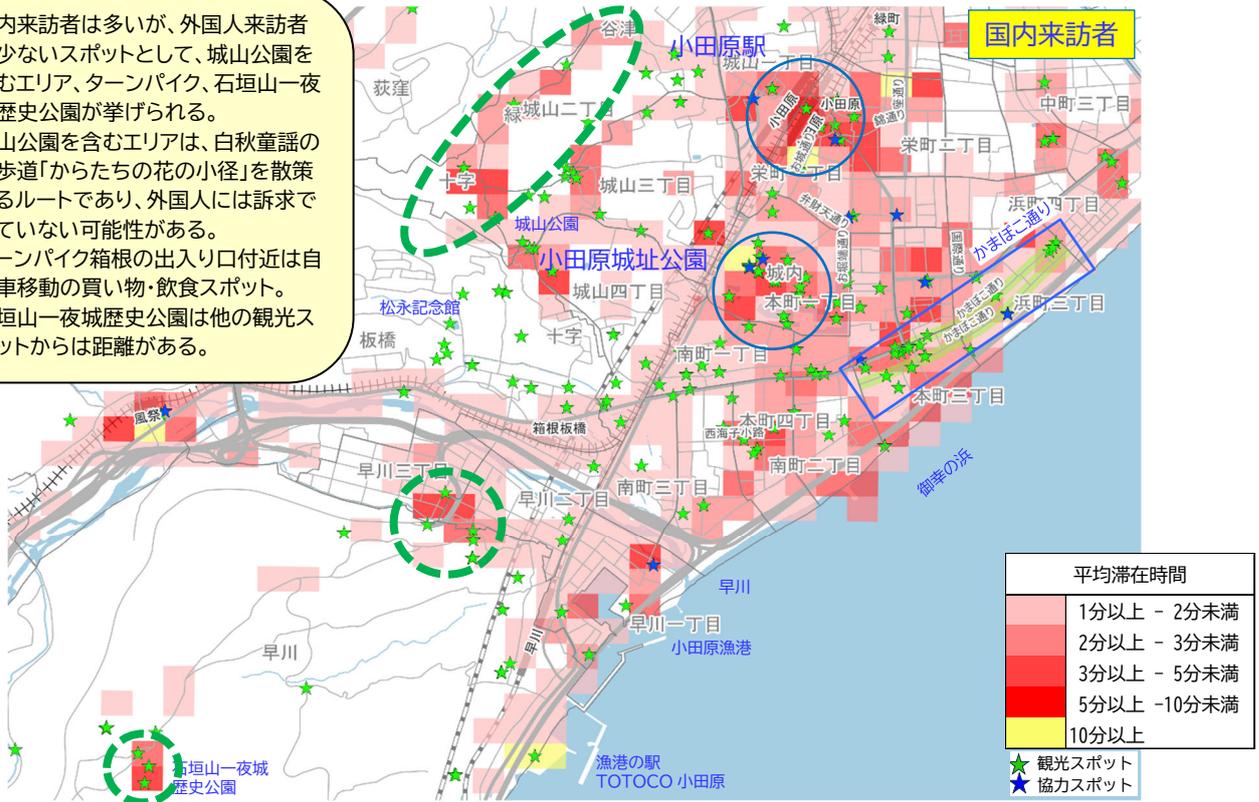


図4-1.7 ヒートマップ（国内来訪者・全期間）

4-2 利用者アンケート調査

4-2-1 回答者の属性

利用者アンケートの回答者（N=144）の属性をみると、年代は30代が35%で最多であり、50代・60代以上が32%を占めている。

性別は1:1で偏りはなく、外国籍の方の回答が42%を占めている。来訪目的は、観光とウォーキングで約8割（78%）を占めている（外国人モニターを含む）。

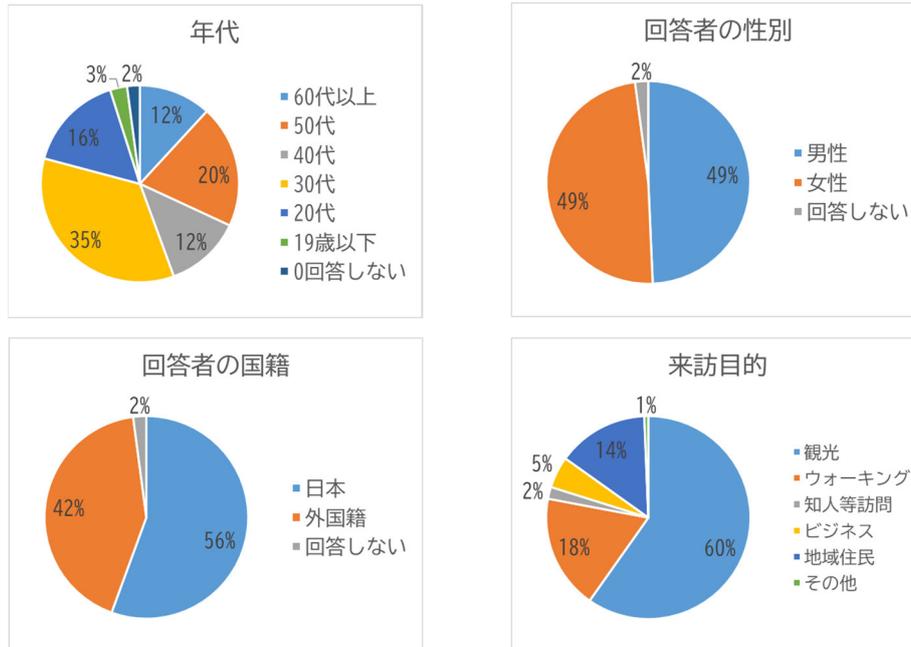


図4-2.1 アンケート回答者の属性

4-2-2 アプリの使用段階

アプリの使用シーンについては、約半数が「まち歩き中」（49%）であり、次いで近くのスポットの歴史検索（35%）である。なお、旅マエの事前計画段階での使用が33%あったことは注目される。役に立った機能については、歴史や名産品のストーリーとポップアップ情報がともに45%であり、次いで協カスポットの情報が40%であった。

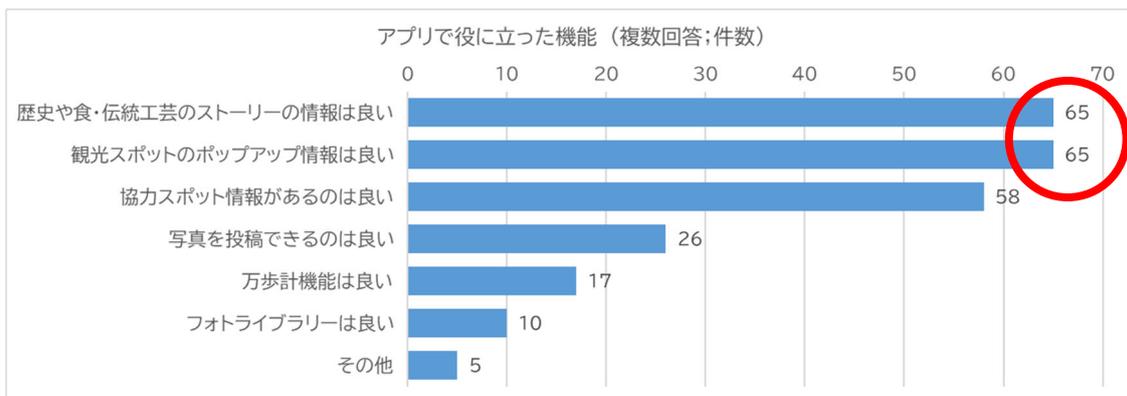


図4-2.2 アプリの使用段階

4-2-3 自由記述のコメント分析

<アプリ全体>

アプリ全体に関するコメントをみると、アプリ自体の使用感の他に、「小田原、思ったより素敵」「新たな小田原散策に役立ちそうです」「再度小田原に来たくなりました」といった小田原が良かったという趣旨のコメントがあった。アプリを活用した誘客等の可能性を示唆する回答として注目される。

<GPS ポップアップ機能・小田原の歴史と名産品のストーリー>

GPS ポップアップ機能と小田原のストーリーに関するコメントをみると、前述した「小田原が良かった」という全体感に対応する具体的な感想がみられる。

街なかの未知の観光スポットを「見つける」という発見の楽しさと、「地域を深く知る」という知的満足感が、誘客や周遊促進に結びつくことを示唆するものと考えられる。

課題として、情報量が多すぎることから検索・フィルタリング機能またはユーザーに合わせたカスタマイズが望まれること、まち歩きルートに沿った提案機能が望まれること等が挙げられている。

4-2-4 アプリ全体の評価

アプリの改善点については、旅ナカでの検索機能が36%であり、次いで移動ログを残したのが28%、おすすめ情報を教えて欲しいが24%、アプリの動作や操作性の改善が24%であった。

アプリの総合評価（10段階評価）については、ポジティブな評価8+9+10は24%であった。ネガティブな評価1+2+3が10%であることを勘案すると、一定の肯定的な評価が得られたものと考えられる。

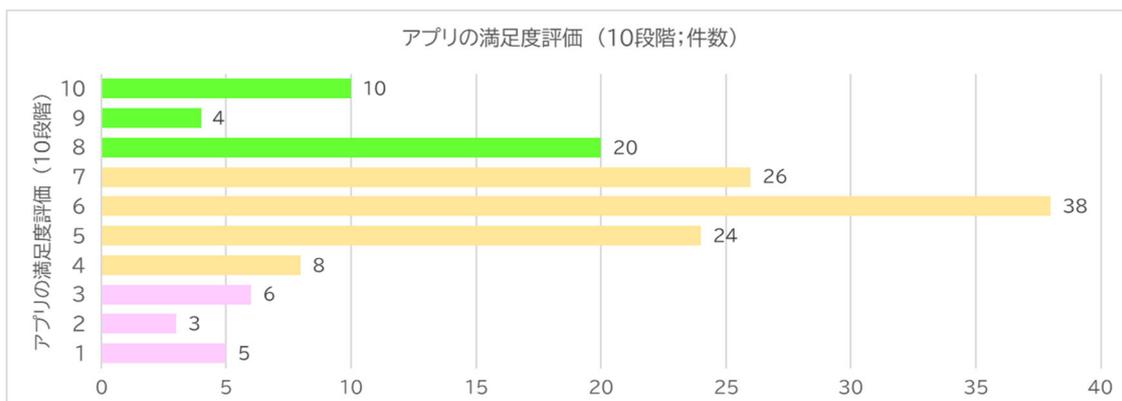
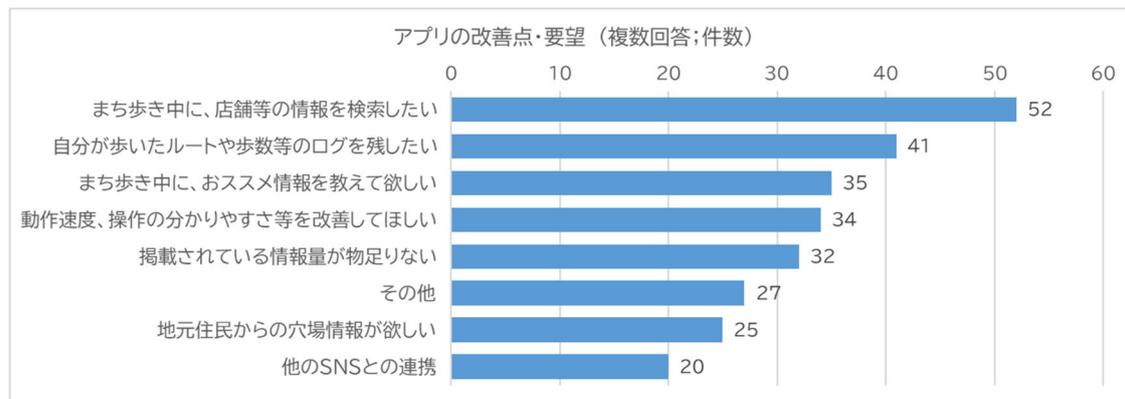


図4-2.3 アプリの評価

5. 次年度以降の他地域への展開方針と手法の検討

5-1 次年度以降の展開方針について

本実証事業は「江戸街道プロジェクト」の一環として実施したものである。同プロジェクトでは、「江戸街道プロジェクト推進ビジョン2023」として、出口戦略を以下のとおり設定している。

街道観光への誘客・周遊促進におけるアプリ活用は、街道観光オンラインセミナーや専門家マッチング事業、街道観光プラットフォーム構築等とともに、関係者が容易に情報発信・情報共有ができる体制をつくるための施策のひとつと位置づけられる。

「江戸街道プロジェクト」の推進で目指すべき姿

江戸街道という統一テーマで広域関東の観光におけるブランド価値を高め、維持し、地域が自立して持続可能な観光で稼げるようになっていくことである。

そのために、地域の観光コンテンツや街道プロモーションツールを集約し、広域関東における街道観光の情報発信を一元提供できるプラットフォームを構築し、関係者が容易に情報発信、共有ができる体制をつくる。

- B to C：一方向な情報発信にとどめず、双方向ファンネットワークの仕掛けづくり
- B to B：地域の関係者が繋がる場としての機能構築

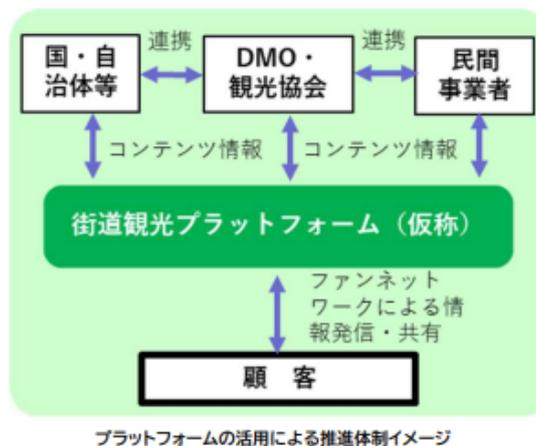


図5-1.1 「江戸街道プロジェクト推進ビジョン2023」の位置づけ

5-2 他エリアで導入を進める際の課題と手法について

本実証事業の結果を踏まえ、アプリを活用した街道観光振興のニーズ、有効性（誘客と周遊促進、消費拡大への効果等）およびアプリの利用率を上げるための課題と手法として以下に挙げる事項が考えられる。

1) アプリのコンセプトについて

【課題】

- ・観光客が地域の観光アプリに求めるものは、旅マエ・旅ナカ・旅アトの段階により異なっており、また競合する情報源等も異なる。

【対応の考え方・手法】

- ・すべての段階を網羅しかつ使い勝手の良い観光アプリを開発することは、コスト的にも技術的にも難しい面があるため、どの段階を対象に、何を強みにするアプリなのかを明確にすることが重要と考えられる。

① 旅マエをターゲットにする場合

- ・旅マエを重視する観光アプリに求められる主な機能は「誘客」であり、「そこに行きたい」と思わせる地域の魅力を提示することが必要になる。
- ・具体的には、後述する「地域のストーリーの魅力的な提示」を重視した設計とし、利用者が関心を持ったストーリーに応じて、関連する観光スポットが検索でき、周遊ルートを設定できる機能をもたせることが考えられる。
- ・なお、利用者が旅行先の選定と立ち寄り先や周遊を計画する場合の情報源としては、旅行情報誌・地図情報誌、地域の観光案内の website、旅行サイト（口コミ）、SNS（口コミ）、動画サイト（口コミ）、地図アプリ（口コミ）等が挙げられる。地域の観光アプリは、それらと競合させず、むしろ補完的な役割を担う部分に“強み”をもつように企画することが望ましい。

② 旅ナカをターゲットにする場合

- ・旅ナカを重視する観光アプリに求められる主な機能は、旅マエに計画した周遊をガイドする機能のほか、観光スポットに到着した時に現地で詳しく解説する機能や、飲食・物販店等の検索機能等が求められる。また、それら来訪先や移動経路等の記録(ログ)や写真等を保存する機能が求められる。
- ・また、旅ナカでの行動変容のきっかけとして、観光スポットに近づいた場合にポップアップ通知で付近に何があるのかを知らせ、おすすめする機能が考えられる。
- ・なお、旅ナカでの道案内や写真記録は、地図アプリやグルメアプリ、写真投稿アプリと競合する部分が大きく、それら専用アプリとは競合させず、むしろ連携させることや補完的な役割を担わせるように企画することが望まれる。
- ・今後の課題として、利用者の関心度に合わせた観光スポットの“おすすめ機能”の搭載が考えられる。このような“アプリのパーソナライズ”については、現在の生成 AI 等の技術的進展とともに現実的に適用できるようになってくる可能性があると考えられる。

③ 旅アトをターゲットにする場合

- ・観光アプリの旅アト機能としては、利用者の移動ルートやウォーキングデータの記録(距離、歩数等)及びそこに紐づいた写真等のデータの整理機能（例：「旅のアルバム」等）、口コミを投稿する機能等が考えられる。

2) 地域のストーリーの提示について

【課題】

- 地域の観光アプリは、観光スポットまでの道案内や土産物販売・飲食店等の情報を得る機能においては、特に地図アプリと競合する部分が多い。また、旅行サイトやSNS等の口コミは観光客側からの観光情報という意味合いも持っている。昨今、これらのアプリで得られる情報の量や質、リアルタイム性が大きく向上し、使い勝手がよくなっていることもあり、観光アプリの存在意義やもつべき強みを改めて見直すことが必要になっている。

【対応の考え方・手法】

- 地域の観光アプリの存在意義として重要なものとして、「誘客」と「周遊促進」の機能が挙げられる。
- アプリを活用した誘客・周遊促進の着眼点として、本実証では、「その土地を深く知ることで、行きたいスポットも変わり、周遊したいルートも変わる。」
「その土地を深く知ることで、旅の面白さは増大する。」
という考え方を適用した。
- 具体的には、地域の食文化や伝統工芸品等について、その土地の風土や歴史的経緯とからめた掘り下げたストーリーを作成し、観光スポットや飲食店・物販店等に付加する情報として提示した。その結果、「新たな小田原散策に役立ちそう」「再度小田原に来たくになりました」といったアンケート回答が得られた。地域のストーリーの魅力的な提示は、ひいてはリピーターを掘り起こすことにもつなげられる手法であると考えられる。

3) アプリの運営体制について

【課題】

- アプリの運営・管理において課題になることのひとつに、運営体制の規模と掲載情報の更新の問題がある。

【対応の考え方・手法】

- 地域の観光客の受入体制全体の中で、アプリが担う役割を明確にすることが重要である。例えば、次のような体制を構築することである。
 - 誘客・周遊促進等の受入体制として、自治体、観光協会/DMO、地元経済界など関係者による連携体制を構築し、個別に運営している観光サイトをまとめ、例えば観光協会等が一元的に管理するなど、効率化・合理化を進める。
 - その上で、人流データや消費データを共有・活用して、食や物販、体験等のクーポンやキャンペーン等の企画開発を共同で行い、それらを消費者に届けるメディアとして「アプリ」を活用するなど、アプリの役割と位置づけを明確にし、適切な規模・役割分担での運営を図る。
- また、掲載情報の更新頻度の問題として、例えば飲食・物販店等の店舗写真や連絡先、紹介記事（おすすめメニュー、セール案内等）の内容等については、利用者側・店舗側ともに最新情報が必須であるものの、店舗側の情報更新に合わせて随時アプリ側のデータを更新することは実運用上は難しい面が従来あった。このため、それら“鮮度”が重要な情報を掲載する場合には、個別店舗の更新情報を商店街単位など地域として束ねる仕組みを運営体制の中に組み込むか、またはアプリ側に頻繁な小さい情報更新を可能な仕組みを搭載するか、いずれかを実現しておくことが重要である。

