

<現状・課題に対する解決策と目指す姿>

- 牧之原市には、壮大な茶畑やサーフィンのできる海という観光資源があり、これまでも360度パノラマビューをサイトに掲載して、観光客が伸び悩むという課題を抱えている。同時に、民間企業とドローンに関する協定を結んだり、ドローン教習所があったりする。
- そこで本事業において、ドローンを活用した空と海のバーチャル旅を実現するべく、360度パノラマビューとVRとドローンと観光CRMのデータベースと観光チャットボットと観光データ解析システムの6つの組み合わせを構築し、その実証実験を牧之原市において実施する。
- また、本事業終了後は、更なる検証と観光顧客データベースの活用を行い、牧之原市を空と海と茶畑の観光地を実現する。

<本事業の内容>

【ターゲット】空を飛ぶバーチャル体験に関心のある観光客

【事業計画(スケジュール)】:6月観光データ解析システム稼働。7月上旬 ドローンを活用した撮影。7月中旬 観光CRMのついた観光案内チャットボット付のLINEの観光PWAアプリ。7月下旬 観光PWAアプリに、ドローンを活用した360度動画をリリース。8月ドローン動画のVR化。

【開発・活用する技術・サービス】:①ドローン、②360度カメラ、③VR、④観光CRM、⑤地元の偉人の田沼意次が観光案内するチャットボット、⑤105種類の観光データ解析システム

【実証実験内容】:

ドローンを活用した360度カメラの動画に、地元の偉人の田沼意次による観光案内を入れる。空から、海・茶畑・サイクリングコースなどを撮影。VR化も行い、観光案内所などで体験。

【本事業におけるKGIとKPI 効果検証手法】: 牧之原市内の全観光スポット、駅などの毎日の観光客の人数、性別、年代別、SNSのつぶやき、検索など105種類の観光データと、牧之原観光PWAアプリの観光CRMの突合解析で効果検証を行う。動画体験の入り口となる牧之原市の観光CRMの観光PWA付LINEシステムの登録者1万人と観光客の2倍増を目指す。



<構築する観光地経営の改善につながるモデル>

【構築するモデル】:

牧之原市の観光地としての知名度向上を図ると同時に、空の動画の観光PWAアプリは、CRMと連結しているため、観光案内を送り続けられる潜在顧客名簿となる。

【他地域等との差別化や競争上の優位性を確保する方法】: 観光分野では活用実績のないドローンと360度動画とVRを活用することにより、大自然や海に興味のある観光客に対して、新たな集客効果が期待できる。

<DXにより実現したい姿とそのための中長期的なロードマップ(本年度事業期間を含む)>

3年後には、牧之原市の観光PWAアプリを連結した観光CRM付LINE公式アカウントの登録者2万人を実現。来訪客の3倍増を目指す。

同時に、①牧之原市のお茶のお土産およびECでの販売を増やすことで、地域経済の新たな軸となることを目指す。②牧之原市の海にスポットをあてることで、サーフィン会場としての認知度をさらに引き上げて、来客を増やす。