

既存アセットを活用したコンテンツ造成による南予地域観光創生 デジタルを使った地域資源の再編集と活動の持続的継続の為の地元事業者の行動変容



採択事業者名

ソニーデザインコンサルティング株式会社

コンソーシアム構成員

愛南町役場 / 松野町役場 / 道の駅「虹の森」 / (一社)キタマネジメント / 大洲市役所 / 大洲市各飲食事業者 / ソニーマーケティング株式会社 / SHUFFLE株式会社 / エイティーエイト株式会社 / 長谷川丸友商店

勉強会の実施概要

コンソ内部のみ		含む外部	
実施回数の累計	2	実施回数の累計	7
参加人数のユニーク累計	6	参加人数のユニーク累計	31

代表的な実施事例

狙いとゴール	本事業の目標とデジタルデバイス類(「窓」・プロジェクションマッピング機材一式・デジタルサイネージ)の操作をレクチャーし、現地運営とゴール設定を関係者間で確認を行う
実施の成果	特に「窓」をつかった愛南町の対外認知活動の取り組みにて舞台をスナックからその他バーや民泊施設などバラエティを持たせる取り組みに発展し、今後地域課題に「窓」を使って取り組む協議が進んでいる。松野町ナイトアクアリウムでは夜間の需要創出が可能であることが実証された。
実施アジェンダ 協議内容	愛南 x 帯広での「窓」ワークショップでは、お互いの地域課題や取り組みについて意見交換。実際に今後大街道にてワイン醸造を行う事業者社長とつながり県庁・松山にて後日打ち合わせを行うなど、デジタルを通じたリアルな縁の創出を参加者一同感じられた。松野町ナイトアクアリウムは繁盛期である夏開催の可能性を協議中。
参加者の一例	愛南町: 町役場、地域おこし協力隊の方々、地元事業者 松野町: 町役場、道の駅「虹の森」職員、地元飲食宿泊業者 大洲市: キタマネジメント、大洲市役所 など
次年度以降の 想定アクション	愛南町: メディア露出(注目)から実業へのイニシアティブをとれる組織・人の創出 松野町: イチ施設の取り組みから町全体への観光創出に広げられる組織の組成(DMOなど) 大洲市: 夜間イベントの継続と深化

編集データの抜粋やビジュアルなどを適宜挿入



データ活用・協議の具体例

重要指標例	データ活用・協議の具体例	
	実装前	実装後
	愛南町: スナックを観光コンテンツへの意識なし 松野町: 夜間営業での効果が不明な為、これまで実施は非常に限定的かつ単発 大洲市: イベント時の効果測定がネック、デジタル計測等はしていない、飲食店の不定期な営業時間	愛南町: SNS等での発信 松野町: 日中・夜間別売り上げ管理 愛南町: サイネージ導入による営業時間可視化・AIカメラでの計測
	愛南町: 特になし 松野町: 夜間営業なし 大洲市: 不定期なGoogle map情報整備	愛南町: 「窓」をつかったデジタル発信と関係人口創出 松野町: プロジェクションマッピングによるナイトアクアリウムと予土線音声AR実装 愛南町: 飲食店営業可視化サイネージとAIカメラ計測
データ取得 データ活用 実行 業務協議反映	愛南町: 常連客中心 松野町: 夜間営業なし 大洲市: イベント効果は物理カウンターなどを使用、事業者の営業状況についてはまとめたものなし	愛南町: スナックが観光資産としてメディアを中心に評価されることを実感 松野町: 夜の集客が約2.5倍の効果実現 大洲市: イベント時の来訪計測が可視化され、飲食店営業状況もリアルタイムに来訪者に可視化された
	愛南町: 人口減少の中、新たな打ち手がみあたらず 松野町: 新たな集客方法がみつからず 大洲市: イベント効果、飲食店状況、の可視化は困難	上記の結果に基づき、今後のコンテンツの継続・商品化・実装、そして仕組みの継続について協議中。また、それを実行するにあたっての中間組織(愛南町・松野町)課題について言及。

代表的な実施事例

今回の実施を通じての関係者のコンセンサス

愛南町: 既存の地域の資産が世の中の注目を集めるコンテンツへ昇華させられることを実証。今後、スナック文化の観光化、そしてその他コンテンツを含めた新たな体験創出とそれを運営する組織の課題が明確になった
松野町: 夜間コンテンツの拡充により、既存顧客の再リポートが判明。多くのお客様は既存顧客で宇和島商圏。今回の取り組みを町全体に大きく波及させるためにはDMO等の組織拡充が必要であることを指摘。
大洲市: 営業状況の可視化は観光客・事業者両方にとってメリットがあることを実証。継続費用も含めて協議中。