

デジタル×観光で 花巻に革命を

岩手県立花巻北高等学校 revolutions 三瓶由偉 伊藤琉賀 齋藤蒼大

花巻市とは

岩手県のほぼ中心部に位置する市

人口:90,182人

(花巻市WEBページ 2024年8月末)

2006年に旧花巻市、石鳥谷町、大 迫町、東和町が合併し、現在の花 巻市となる。

花巻市の特徴

- 4つの地域で異なる雰囲気を楽しむことができる。
- ・空港、高速道路、新幹線など交通の便が良い。



2023年 ふるさと納税額 全国12位 岩手県1位

花巻市には多くの魅力的な 特産品があり、返礼品とし て人気がある。



花巻の魅力

花巻市には多くの観光資源がある

食

わんこそばマルカン大食堂





古くから愛される食堂や、地元の 特産品がたくさんあり、様々な食 を楽しめる。

偉人・文化









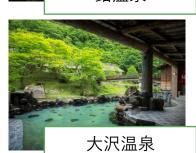
宮沢賢治、新渡戸稲造など、多くの偉人にまつわる施設がある。また、世界に誇る花巻まつりがある。

温泉









花巻は東北有数の温泉地である。 花巻市には12の源泉があり、それ ぞれ違った特徴がある。

花巻の観光の現状

花巻市の1年間の宿泊者は岩手県内でも多く、県庁所 在地の盛岡市に次ぐ人数となっている。



目的地検索回数を見ると、温泉ばかりが検索されており、その他の観光施設はあまり検索されていない。 つまり、温泉ばかりが注目されていると言える。



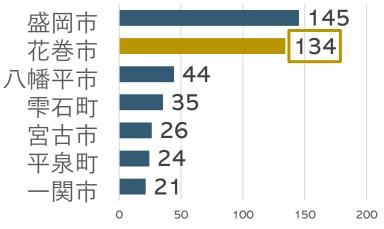
温泉宿泊者が花巻の観光施設に訪れることで大きな 経済効果が生まれるのでないだろうか?

宮沢賢治童話村入館数(2022)・・・93,237人 出典: 花巻統計書 宿泊者数(674,521人)と比較すると13.8%しか童話村に訪れていない ※仮に童話村に訪れた人が全員宿泊したとした場合

<u>目標</u>

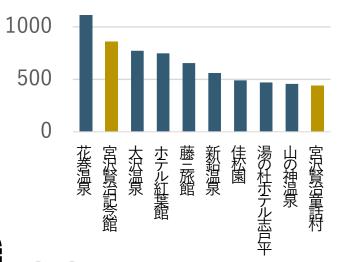
温泉宿泊者に魅力溢れる花巻の観光地を訪れてもらう

2022年延べ宿泊者数(万人)



【出典】RESAS 観光マップ-目的地分析 株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

1500 — 目的地検索回数(2022年)



【出典】RESAS 観光マップ-From to分析(宿泊者)観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

観光に携わる大人にインタビュー

花巻市役所 観光課 阿部さん



- ・花巻は、高速道路、空港がま とまっていて利便性が高い
- ・温泉と中心部、観光地が離れ ているので、スムーズな移動 が課題
- ・宿泊地としてではなく、花巻を観光してもらう工夫が必要

花巻観光協会 松田さん



- ・花巻は観光の中継地となってしまっている。
- ・観光協会として、様々な企画、宣伝などを行っている。
- ・花巻、遠野、平泉で広域周遊の取り組みをしている。

行っている企画、政策

観光パンフレット作製 こども料金割引 各種SNSでの宣伝 温泉を周った人にクーポン 観光タクシー 観光ガイド など

解決アイデア1

実証実験として 花巻周遊デジタルスタンプラリー を開催

宿泊者が花巻の観光地を巡るきっかけに。 1か所でも訪れてもらえるスポットを増やす。 さらに、デジタルで開催することでデータを集め 次につなげる。

概要

【方法】

QRコードを活用した、デジタルでスタンプラリーを行う

スタンプラリー参加者のデータを集め、次の活動に つなげる

新たな観光アイデアを提案することを想定

【期間】

2024年4月27日~5月27日

GWには多くの観光客が予想され、多くの人のデータを集められると考えたため。

【資金】

クラウドファンディングで必要経費を用意した また、スタンプラリーの景品は花巻の企業様か ら協賛いただいた

【内容】



- ①対象施設を利用し、置いてあるQRコードを読み取る。
- ②応募できる数までスタンプを集める。
 - ・スタンプの数によって賞を2種類用意
 - ・花巻の特産品や温泉宿泊券などが当たる
 - ・スタンプの種類を施設のジャンルごとに3種類に分類(温泉、飲食店、見学・体験)
 - ・対象施設数20か所

ゲットだから。

- ・温泉利用は応募の必須条件とした
- ③スタンプを集めたサイトからそのまま応募。

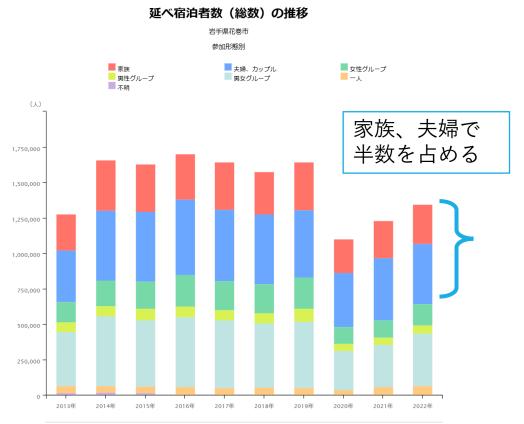
景品に花巻の特産品を用意することで、観光客の方に花 巻の魅力を知ってもらえるようにした。 温泉利用を必須条件としたのは、宿泊者が大きなター

ペルソナ・ターゲット

【ターゲット】

・家族連れ、夫婦

今後は家族、夫婦での旅 行が増加していくと思わ れるため



【出典】RESAS 観光マップ-From to分析(宿泊者)観光予報 プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

【ペルソナ】

- ①4人家族(宮城県から旅行)
- ・両親30代 子供A 5歳 子供B 2歳
- ・自家用車で旅行
- ・自家用車なので遠くても大丈夫
- ・子供が楽しめる施設
- ・景品は親子で楽しめるようなもの
- ②夫婦(東京から旅行)
- •60代
- ・新幹線で東京から旅行 新花巻駅の観光案 内所に立ち寄る
- ・新花巻駅からシャトルバスで温泉へ
- ・温泉で観光地アピールが必要
- ・スタンプラリーシステムを使いやすいようにWEBアプリを活用(ダウンロード不要)
- ・観光案内所にチラシを置いて宣伝

企画案の作成

資金を集めるためクラウドファンディングの 実施(目標60万円、達成)

1か所ずつ自分たちの足でまわり協賛企業、 参加施設交渉(計23か所)

自分たちでポスター、チラシ、WEBサイト作 成

宣伝(SNS、イベントでの告知) 新聞・テレビに取り上げていただきました

交渉からお金の管理まで、すべて自分た ちで行いました。

協替企業

花巻温泉株式会社 志戸平温泉株式会社 高源精麦株式会社 株式会社JAグリーンサービス花巻 佐々長醸造株式会社

参加施設

花巻温泉 湯の杜 ホテル志戸平 鉛温泉 藤三旅館 宮沢賢治童話村 賢治の学校 宮沢賢治記念館 花巻新渡戸記念館 花巻おもちゃ美術館 花巻市博物館 高村山荘・高村光太郎記念館 母ちゃんハウスだぁすこ レストランポパイ マルカンビル大食堂 やぶ屋 花巻総本店 嘉司屋 金婚亭 山猫軒本店 Lit work place 昭和の学校 茶寮 かだん 森のジェラート ポエーマ

【高校生の挑戦】温泉以外にも訪れて!!花巻観光周遊スタンプラリーを開催したい



¥ 現在の支援総額

670,600円

目標金額は600,000円

▲ 支援者数

90人

(募集終了まで残り

終了

結果

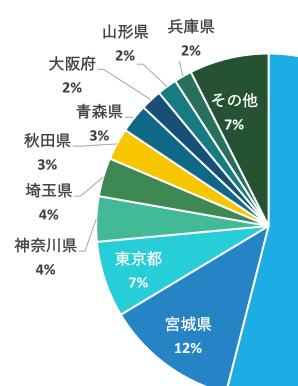
エントリー者数

抽選応募者数

608人

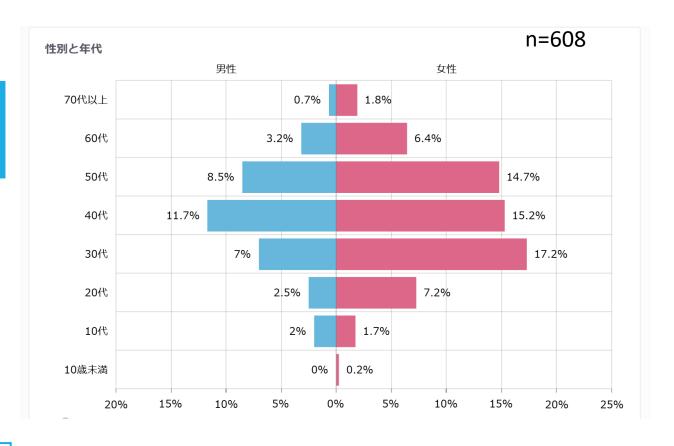
120人

エントリー者居住地



岩手県 54%

県内・隣県が多いが、新幹線、飛行機で結ばれている地域の方にも参加していただいた



- ・女性のほうが男性よりも参加者が多かった。
- ・ターゲットとした、30代の方に多く参加していただけた。
- ・60代の参加者は伸びなかったが、デジタルで行ったにもかかわらず一定数の方は参加していた。

分析

①行動パターン分析

参加者がどこからどこへ行ったかを数値で表す

考察

- ・宮沢賢治童話村に行ったあとに宮沢賢治記念館に行く人が 多い(21人)。一方で、その逆の賢治記念館から童話村に 行く人はそれほど多くない(9人)。
- ⇒<mark>宮沢賢治記念館は丘の上にあるため</mark>、行きやすい宮沢賢治 童話村に先に行くのではないか。
- ・山猫軒から宮沢賢治記念館に行く人が多い(14人)。また、 その逆の宮沢賢治記念館から山猫軒に行く人も同程度いる (12人)。
- ⇒ <mark>宮沢賢治記念館と山猫軒は隣接しているため</mark>、お昼を食べてから記念館に行く人や、ついでに山猫軒で食事をする人がいるためではないかと推察する。
- ・金婚亭からだぁすこに行く人が多い(14人)。
- ⇒距離は離れているが、2つの施設に共通する点は、特産品 を扱う店だということ。今回のスタンプラリーでは、比較 的簡単にスタンプを集められたという点で、人が流れたの だと考える。
- ・花巻市博物館から宮沢賢治童話村に行く人も多い(15人)。
- ⇒2つの施設は隣接しているためだと考えられる。

緑(温泉)、青(見学・体験施設)、赤(飲食店)

行動分析																						
施設名		1	2	3	4	(5)	6	7	8	9	10	11)	12	(13)	(14)	(15)	16)	17)	18)	19	20	総計
①湯の杜ホテル志戸平	64				1	4			2	6	5	2	6	2			2		1		2	97
②花巻温泉	5			1	6	4	1			3		2	5		3	1	2	1	3		2	39
③鉛温泉 藤三旅館	25		1		3	1	1		3	1	1	2		3			1		3	1	2	48
④宮沢賢治記念館	30	4		5		9	6	2		1				2	1	1	2	12		2	3	80
⑤宮沢賢治童話村	89	2		2	21		7	1								2		5	1	1	3	134
⑥花巻市博物館	6				1	15							2	2				4			4	34
⑦花巻新渡戸記念館	9						2					1		1								13
⑧高村光太郎記念館	8	2			2	1		1		1					1						2	18
⑨母ちゃんハウスだぁすこ	22	5	8	2	2	2						1	6	5			2		7		6	68
⑩花巻おもちゃ美術館	23	9	3	2		5							6				1		1			50
⑪昭和の学校	15	2				5					1						3	2	1	1	3	33
⑫マルカンビル大食堂	30	3	2	1	1	3	2	3		6	12	3			2		4	1	1	2	5	81
⑬レストランポパイ	15		1			2		2			2		3			1	2		1			29
⑭やぶ屋 花巻総本店	6	1	1		4	2						1								2		17
⑮嘉司屋	10	2							1	1	3											17
16金婚亭	2	1	4		1					14	1		1		1					1		26
⑪山猫軒 本店	11	2		1	14	4	4	1													1	38
®Lit work place	34					3	1			3		2	1	1	2	1				1	1	50
⑲茶寮 かだん	20			1	2	2	1			5		2							2			35
②0森のジェラート ポエーマ	22	5	1	13		1	3		1	2	3	3	2			2			1			59
総計	446	38	21	28	58	63	28	10	7	43	28	19	32	16	10	8	19	25	22	11	34	966

※縦列から横列の施設に移動した回数を示す

考察から

- ・宮沢賢治童話村から宮沢賢治記念館に行く人が多い ため、宮沢賢治童話村でのアピールがあればいい。
- ・隣接している施設どうしは、どちらにも訪れる人が 多いため、連携した取り組みが大切。
- ・食事 + 見学など異なるジャンルどうしの組み合わせは、ついでに立ち寄るなど人が行きやすい。

分析

②年代とスポットの関係分析

年代別にどこの施設に多く訪れたかを表す。

考察

30代 (ターゲット)

マルカン大食堂、おもちゃ美術館、宮沢賢治童話村の割合が高い。子供も楽しめる施設が多く、子供と一緒に参加した可能性が高い。

<u>60代(ターゲット)</u>

母ちゃんハウスだぁすこ、マルカン大食堂の割合が高い。また、他の年代より、高村高太郎記念館の割合が高い。

<u>全体</u>

宮沢賢治記念館、宮沢賢治童話村はどの年代も訪れた割合が高い。また、マルカン大食堂も高い。花巻温泉はどの年代も、鉛温泉は比較的高い年代、志戸平温泉は比較的低い年代が利用していた。

年代別施設訪問割合 (%)

年代	母ちゃんハウスだぁすこ	Lit work place	マルカンビル大食堂	やぶ屋 花巻総本店	レストランポパイ	鉛温泉 藤三旅館	嘉司屋	花巻おもちゃ美術館	花巻温泉	花巻市博物館	花巻新渡戸記念館	宮沢賢治記念館	宮沢賢治童話村	高村光太郎記念館	山猫軒 本店	昭和の学校	森のジェラートポエーマ	茶寮 かだん	湯の杜ホテル志戸平	道奥・金婚亭	総計
10代	9.1	13.6	4.5	4.5	4.5	4.5	6.8	0.0	0.0	4.5	0.0	6.8	6.8	2.3	2.3	6.8	11.4	0.0	9.1	2.3	100
20代	4.0	4.0	9.3	2.7	1.3	1.3	0.0	2.7	1.3	4.0	1.3	14.7	16.0	1.3	4.0	6.7	5.3	8.0	12.0	0.0	100
30代	4.4	4.4	10.0	0.8	3.6	4.4	0.8	10.8	4.0	1.6	0.0	7.2	17.6	0.8	4.4	2.8	6.0	2.4	11.2	2.8	100
40代	6.4	7.9	7.1	3.0	3.0	2.6	1.9	4.9	4.9	3.7	1.5	8.6	14.6	2.2	3.0	1.9	4.9	2.2	13.9	1.9	100
50代	9.3	2.4	7.7	0.4	3.3	9.3	1.6	1.6	5.7	4.5	1.6	8.5	11.8	1.6	4.9	4.5	6.5	5.7	4.5	4.5	100
60代	12.1	1.5	10.6	3.0	0.0	6.1	1.5	6.1	0.0	4.5	6.1	4.5	7.6	6.1	4.5	3.0	7.6	3.0	9.1	3.0	100
70代 以上	11.8	11.8	11.8	0.0	5.9	0.0	11.8	0.0	5.9	5.9	0.0	5.9	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	11.8	0.0	100

<u>考察から</u>

- ・どの年代も訪れるスポットがあるので、そこで他の施 設の宣伝をすることで、訪れる人が増えると考える。
- ・ターゲットとしていた(子連れ)に参加してもらうことができたのではないか。

参加者・参加施設 感想

参加者

プラス

- ・花巻は色々な観光地があっていいなと思って感じました。また近 いので来ようと思います。
- ・普段行かない施設に行けて楽しめた。
- ・GWでタイミング良く回ることが出来ました。
- ・すごく良かった、花巻をもっと回りたかった、また来ます!
- ・行ったことがない施設に行く機会になってとても良かったです。

マイナス

- ・スタンプラリーのQRコードをもらえる場所が分かりづらい施設が多かった気がする。
- ・自動車を利用しないとかなりハードルが高いのは今後再考の余地 があると思います。
- ・名所というより、有料施設、飲食店を巡るスタンプラリーだった 印象です。
- ・チラシの内容を見て、条件を確認して参加しましたが、実際行ってみると、入り口にQRコードがあったお店もあり、行っただけでもよかったの?と思うお店もありました。

参加者感想から

感想を見ると、多くの方に楽しんでいただけた印象。目的は達成 することができたと思う。

しかし、課題が多くあったので改善が必要。

参加施設

プラス

- ・多くのお客様にやっていただいた印象。
- ・花巻市を巡るきっかけとなる良いイベントでした。
- ・旅行者にとって観光地を訪れる楽しみがさらに増すので良い取組み だと思いました。
- ・準備や広報活動、景品内容までよく考えられており、大変レベルの 高い企画だと感じました。

マイナス

- ・施設や飲食店のスタンプ取得はそれほど難しくないですが、温泉に 宿泊でもしない限り、わざわざ日帰り入浴のために時間を割いて行 くことは難しい、との声がありました。
- ・目的のスタンプラリーに参加することで観光地を周遊するように誘導するのでしたら、事前のPR・周知が大切と思われますし、参加・協賛施設だけではなく、観光協会・旅行会社などへの協力依頼(PR依頼)も大切かと思われます。
- ・当店に対してメリットがあまりなかったように感じました。

参加施設感想から

参加施設の方にも好印象の企画だった。QRコードを掲示する場所やポスターの位置などによって、参加者の数が分かれてしまった。

課題と改善案

- ○QRコードの設置場所が施設ごとにバラバラ⇒全施設(お店)で設置場所を統一
- ○施設利用の有無がバラバラで、お金を払わずにもら える場所がある
- ⇒同ジャンルで有料、無料が混在しないように設定 また、お店は商品の購入を前提とする
- ○施設によっては、お店のかたがよく理解されていない場合があった
- ⇒ガイドラインを分かりやく作成する 施設の方に事前に体験してもらう
- ○温泉利用がネックになって、応募者数があまり伸び なかった
- ⇒温泉利用がなくても応募できるコースを設定する
- ○宣伝があまりできなかった
- ⇒事前のPR期間を延ばす 目にとまる機会を増やす (ポスター、のぼりなど)

〈しかし〉

感想にもあったように、スタンプラリーだけでは改善 できない課題もある。

- ・自動車がないとあまり施設を回れない
- ・施設自体の場所が分からない
- ・時間的にどこから回ればいいか分からない
- ・施設間の距離が分からない

など

スタンプラリーだけでは、 根本的な問題を解決できていない。 スタンプラリーを1年で何回も開催することは難しい。



常時行う別な取り組みと年1回程度デジタルスタンプラリーを行うことで、課題を解決できるのではないか

解決アイデア②

『AI花巻コンシェルジュ』

で花巻観光を分かりやすく、魅力的に

常時(AIコンシェルジュ)

AIを活用して、 観光プランを作成 バス時刻なども反映



年1回程度(起爆剤)

改良版 デジタルスタンプラリーの 開催

概要

~花巻観光を分かりやすく、魅力的に~ AI花巻コンシェルジュ

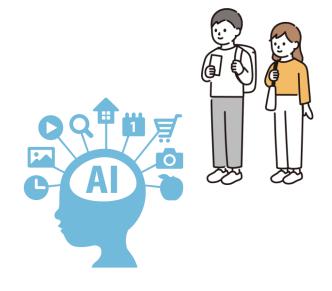
観光客の希望に合わせて違った観光プランをAIが提案する。効率的に観光地を回れるように提案する。今ある、観光資源を生かして、観光客に新たな花巻観光を楽しんでもらえる。また、穴場スポットやちょっとした情報なども示して、毎回違った楽しみ方ができるようにする。WEBサイトまたはアプリで誰でも無料で利用できるようにする。



観光客の希望に合わせた観光スポット、プランを提案する

想定する機能

- ○観光プラン作成(交通ルートやバス時刻などを組み込んだプラン作成)どこから始まるプランでも対応できるようにする
- ・地図表示
- ・スポットごとの知ると楽しめる情報の紹介



利用手順

- ①WEBサイトorアプリから利用
- ②スケジュールを入力 (日程、宿泊場所、移動手段など)
- ③希望のテーマ選択
- ④必ず行きたいスポットの有無
- ⑤観光プラン生成



最初は花巻市のみでのプランを作成 軌道に乗ってきたら、市で取り組んでいる花巻、遠野、平泉の広域周遊にも対応できるようにする

先行事例

岩手県盛岡市 盛岡観光アプリ「もりおかめくり」

このアプリは、AIを活用して観光客の行動を分析し、最適な観光スポットや体験を提案するサービス。 第1弾では、約1.7万人が利用し、盛岡への来訪機会創出に効果があることが確認された。



「もりおかめくり」サイトより

機能

- ・ライブラリ(旅行者の体験談である「旅行記」や観光スポット、グルメ情報の 紹介記事の掲載)
- ・旅プラン(旅行計画の作成)
- ・マップ(周辺のお店・施設の検索)

など



北海道函館市 観光サイト「はこぶら」

AI (人工知能)が旅の好みに合わせて最適なコースを提案する「AIコンシェルジュ」を搭載。利用者の興味・関心に合わせた旅行計画を作成することができるほか、近くの施設を紹介する機能もある。

- ・誰と、旅の好み、スケジュール、を入れることで大まかな観光プランをすぐに 作成してくれる
- ・WEBサイトで無料で利用できる

交通の情報や時刻を含めた観光プランを提案するものはあまりない



函館市観光公式サイトより

花巻市の課題

地域間の移動データを見ると、地域間内での移動は多いが、 異なる地域間同士では、移動が活発ではない。

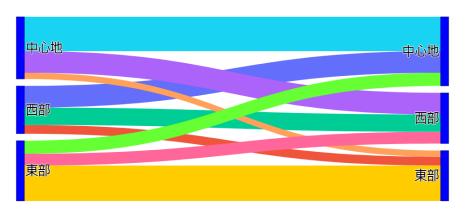
(特に中心部から東部、東部から西部への移動が少ない)

花巻市の移動手段の調査によると、花巻駅では、半数の方が鉄道で移動するが、路線バスを利用する方も一定数いる。また、どの調査地でも施設送迎バスの利用は高い割合である。



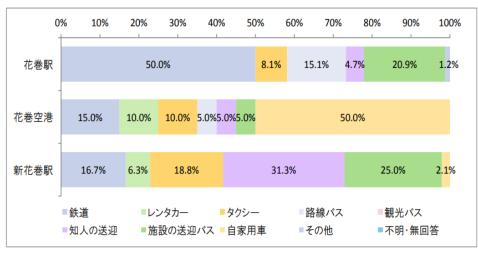
- ・花巻市は、交通が大きな課題である。
- ・施設の無料送迎バス利用者が多く、観光しながら旅程を 組む方は少ないと考える。
- ・公共交通機関を利用する方は、一定数いるため、公共交 通機関のスムーズな案内も必要。

地域間の移動フロー



出典:スタンプラリーデータから作成

調査地×市内での移動手段



出典:平成28年 花巻市来訪者移動実態調査

AI花巻コンシェルジュは、事前に観光プランを作成することができるため、送迎バス利用者が予定を立てるのに役立つ。また、公共交通機関利用者のスムーズな移動につながる。どのような移動手段の人にとっても効果のあるアイデアである。

提案を導入することで生まれるメリット

観光収入が増えることで花巻市の活性 化につながる。また、質の高い観光地 につながる。

観光の効率化

観光客が効率よくスポットを 周れるようになる 例えば、限られたバスを有効活用できる。それまでは時刻が分からず乗りたくても乗れなかった人が乗るため、バスの収入UPにつながる。

観光収入増加

周遊スポットの数が増えるため、 観光客の消費金額が増加 **周遊スポット数増加** 時間が生まれることで、 巡るスポット数が増加

巡るスポット数が増えることで、観光客の 満足度もUP。また来たいと思ってもらえる。 これにデジタルスタンプラリーが 加わることで、さらに周遊 スポット数の増加につながる

経済効果

※1年間に花巻市に宿泊した人(総数)134万人のうち、30%の402,000人が花巻を観光すると仮定する

402,000人が平均で周遊箇所が1か所 増えた場合(一人1000円UP) 1か所増えることで、交通費や入館料などで収入UP 402,000人×1,000円=402,000,000円

観光を効率化することは、観光客が周遊できる観光スポットの数が増え、観光客、観光関連企業 どちらにも大きなメリットがある。

今後の展望

- ・AI花巻コンシェルジュの実現
- ・改良版デジタルスタンプラリーの開催 (年1回程度)

- 対象地域を石鳥谷、東和、大迫にも 拡大
- ・対象施設数を大幅UPさせる
- ・景品として割引クーポンなどを検討

先日、花巻市長に直接提案させていただいた 今後花巻観光協会にもアイデアの提案をさせていただく予定

提案実現

AI花巻コンシェルジュ×デジタルスタンプラリーの併用で、観光を効率化させる。デジタル技術を積極的に導入し、今ある観光資源を最大限生かした観光を目指していく。

私たちは花巻に革命を起こせるようこれからもACTしていきます