

観光客をいかにナビゲートするか
京都に誘う新しい観光リソースの開発

平成21年度 採択事業



タクシー運転手の中井代表

リアルタイムで現地花情報を発信

「いま、京都ではどんな花が咲いていますか?」「週末に京都に行くけど、もう紅葉していますか?」

四季を通じて京都を訪れる観光客の目的の一つに、春の桜や秋の紅葉を含めた季節ごとに移り変わる京都の「花のある風景」があります。そんな花情報をリアルタイムで発信しているのが、京都フラワーツーリズムが運営する「花ナビ」です。

従来の観光案内では、開花情報はあくまで例年の目安。せっかく訪れてもまだ咲いていないことや、花の見頃が終わっていることなどがありました。また一部の有名な場所しか案内されていないため、地元の人しか知らないような隠れスポットやホット情報を入手することは困難でした。

「花ナビ」は京都のことを隅々まで知りつくす個人タクシーの運転手や、旅館・ホテル、会館、団体、その他の投稿者による投稿デジタル写真とコメントによる現地発信のリアルタイム情報です。ネットはもちろん、iPhone、iPad、カーナビ、ホテルの客室・ロビーのハイビジョンディスプレイなどで見ることができます。iPhoneでなら、GPSナビゲーションシステムと連動して、地図画面で現地まで誘導・案内してくれます。



実際の「花ナビ」画面

iPhoneの普及と共に発展

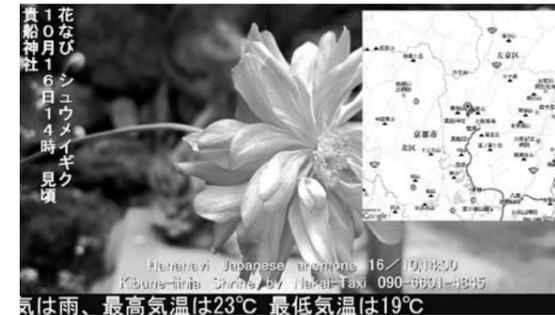
「花ナビ」がスタートしたのは平成20(2008)年。その後、平成21(2009)年度に国土交通省の「まちめぐりナビプロジェクト(まちナビ)」に採択されたことを契機に、京都フラワーツーリズム推進協議会を設立、本格的なシステム構築が始まりました。平成22(2010)年には推進協議会の事務局を合同会社として独立、組織強化を図りました。

「いま、海外からの観光客の多くはiPhoneを持って京都を訪れています。ネット、メール、ナビ、ツイッター、スカイプが使えますから。これはここ1年ぐらいで特に目立つようになった傾向です。これからの観光ナビのメインターゲットはiPhoneになると思います」。高木さんは語ります。

情報にはコメントのほか提供者の名前や連絡先を添え

商店街を活性化 IT活用&宣伝力向上

ることができます。つまり、情報発信者サイドからは広告として利用することができるわけです。現在、情報発信は事前登録制で、情報発信料として月額1万円。30~40件が契約しておられます。



実際の「花ナビ」画面

「花ナビ」から「ノベルナビ」へ

「花ナビ」の経験をさらに活かした新しい観光リソースが「ノベルナビ」です。

従来型の観光リソースでは一部の観光名所へは人を集めていますが、メジャーでない場所では弱く、また繰り返し訪れることにはなかなかつながりません。

高木さんが着目したのが、いわゆる“アニメの聖地めぐり”と呼ばれる現象でした。とあるアニメに登場した実在の神社はそれまで年間1万人ぐらいたった参拝客が、アニメのブレイクによって20~30万人が訪れるようになったと言います。「それなら京都の実在する場所を織り込んだ魅力的な物語をつくって、そこに人を誘致しよう」。

そんな発想からファンドの協力を得て実現した事業が、平成21(2009)年度の第1回「ノベルナビ」でした。1000文字のオリジナル短編小説を募集、条件は小説のなかに京都市内・南部の実在する場所を盛り込むこと。プロ、アマを問わず、入賞作には賞金10万円が授与されます。

応募作は予想をはるかに超えて199作。受賞ノミネート作は30作、iPhoneほかで公開されました。ここからプロ作家にデビューした人もおられるそうです。

「実は日本全国で小説を書きたいと思っている人、アマチュア作家の裾野は思いのほか広いのです。その人たちに京都をテーマにした作品をつくってもらう。もちろん京都の人にも地元の魅力を再発掘する視点で参加してもらう。それで京都経済の活性化に貢献し、作家としての才能も発揮してもらえることになる。双方向の参加型文学ですね」。高木さんは語ります。

第2回「ノベルナビ」も

実は平成22(2010)年度の第2回「ノベルナビ」の募

集もすでに始っています。「第1回ノベルナビでは取り組み自体はおもしろいが、直接消費につながっていないのでは」、という反省がありました。また「花ナビ」では確実に人が動いていることがわかるが、「ノベルナビ」はその効果が確認できない、というわけです。

「そこで第2回のノベルナビの募集では、文字数を1000文字から8000文字にし、京都に実在する場所を3か所入れること、その3か所を主人公が移動するようなストーリーにすること、を条件にしました」。

読んだ人が実際にそこに行ってみたい、同じルートで現地を訪れたいような京都を舞台にした恋物語。賞金は第1回と同じく10万円。受賞作はゲーム性をもたせたiPhoneアプリとして公開されます。シナリオ力、小説の内容に加えて、いかにその場所に誘うか、「誘致力」が審査の視点になるそうです。



第2回「ノベルナビ」募集要綱

進化する「ナビ」

今後、事業として「花ナビ」「ノベルナビ」に次いで、実現を急がれているのが「ショップナビ」、お店版のPRナビです。

このようなフラワーツーリズムによる観光客を京都に誘うナビゲーションシステムの数々は、iPhoneやiPadなどの端末機器の普及と共に、その可能性を今後さらに楽しく、魅力的に広げていくこととされます。

事業概要

京都フラワーツーリズム 合同会社
http://flowertourism.net/
代表：中井耕司
業種：観光サービス
創業：平成21(2009)年 設立：平成22(2010)年
住所：〒616-8165
京都市右京区太秦堀ヶ内町 32-22
TEL：075-364-3347