

# 「多摩地域の魅力を発信するマイクロツーリズムサービス」

## ～アプリによる農観連携の促進～

Sending Tama Area's Charm by Micro Tourism Service

～ Agriculture and Sightseeing Collaboration Promote by Using Apps ~

たまこねくしょん

安野裕貴<sup>1)</sup>, 阿部祐大<sup>1)</sup>, 横井大将<sup>1)</sup>, 金成斌<sup>1)</sup>

指導教員 細野繁<sup>1)</sup>, 研究協力者 藤間貴大<sup>2)</sup>

1) 東京工科大学, コンピュータサイエンス学部, コンピュータサイエンス学科

2) 稲城市市役所, 産業文化スポーツ部, 観光課

キーワード: 農観連携, マイクロツーリズム, サービスデザイン, 稲城市, アプリ開発

### 1. はじめに

私たちは、「多摩地域マイクロツーリズムプロジェクト」というプロジェクトに参加している。「多摩地域マイクロツーリズムプロジェクト」は、観光や宿泊業をはじめとした地域経済が、コロナ禍の長期化により大きな影響を受けていることから、多摩地元にある魅力を再発見するなど、継続性のある地域活性化を目指して活動を行うプロジェクトである。

現在、私たちは稲城市を中心に、魅力を内外に発信するプラットフォームの作成を行っている。自治体・観光協会・地元事業者と連携しながら事業構築を行い、次年度以降の実用化を目指している。

### 2. 稲城市の地域の特徴

稲城市の特産物は梨とぶどうである。梨には多摩、幸水、豊水等の多数の品種があり、その中には「稲城」という稲城発祥の品種もある。一方、「高尾」ぶどうもあるが名前に稲城が入っていないので稲城市とは結び付きにくい。また、梨もぶどうも贈答用として利用されることが多く、スーパーでは出回らな。稲城市内の直売所等でしか購入できず、次期も限られるため、市外の人を手にする機会が少ない。梨については夏から秋にかけて、もぎ取り体験のイベントを行う農園もあるものの数として決して多くはない。

実際の稲城市では目立つ観光地として「よみうりランド」が存在する。しかしそれ以外の稲城市の観光地として有名な場所は思い当たらない。

これらの農業の美味しい果物や新宿からのアクセスがしやすいなどの交通が便利で住みやすいなどの沢山の魅力が多摩地域外の人達に伝わる機会が少

ない。これらの稲城市の魅力が伝わっていないことが現在の問題点である。

原因としては発信するプラットフォームが少ないからである。したがって以下の提案につながる。

### 3. 提案

#### 3.1 サービスの内容

まず稲城市の魅力を、多摩地域以外に住む沢山の人の人に拡散したいと考えた。しかし地元ならではの魅力は地元愛を持った住民自身しか共有できていないことが多い。これらの地域の魅力をより沢山の人の人へ発信するには地元に着したプラットフォームが必要であると考えた。

さらに通常の外出では普段の生活との差別化はできない。しかし外出先で多摩地域の写真を撮り、アプリ上に共有することで、普段の生活に旅行気分の価値を追加することができるようにした。これらの取り組みにより地域内の経済活動が活発化し、地域に根差しているお店の景気がよくなると考えた。

これらの理由から、私たちは写真共有機能を備えた稲城市の魅力を伝えるようなWEBアプリケーションの開発を始めた。

#### 3.2 サービスを実現するアプリケーション

このアプリには多摩の魅力を分かりやすく伝えるために写真投稿機能に4つのタグを設定して分類を行った。

その4つのタグとは、「たまファーム」、「グルメ」、「たまさんぽ」、「お土産」である。ここでは2つのタグ、「たまファーム」、「たまさんぽ」について説明を行う。

「たまファーム」タグとは農業を体験してもらい、その体験している写真をアップロードしてもらう目的で設定された。これらは稲城市の農業と収穫体験イベントなどの農業を利用した観光をつなげていく「農観連携」を目的としている。これにより地域の野菜に興味を持ってもらい、地産地消を促進できるのではないかと考えた。

「たまさんぽ」タグとは、散歩に適した多摩地域の美しい風景の写真を投稿するタグである。このタグの目的としては多摩の隠れた自然の魅力を再発見することである。しかし、多摩の自然の魅力はその地域の住民のみが知っていることが多い。そこで、これらを地域の住民以外の人々と共有することにより、利用者は多摩で散歩をする際の参考にすることや多摩の自然の魅力を簡単に感じることができる。

### 3.3 独自のビジネスモデルの作成

私たちは実際にこれらのサービスを稲城市のビジネスとして運営するために独自のビジネスモデルを作成した。図1にステークホルダー間の価値やモノの流れを示したCVCA(顧客価値連鎖分析)の図を作成した。

今回の企画の運営は「稲城市商工会」と「稲城市観光協会」が行う。これらの団体は稲城市の魅力を伝える活動を日々行っている。これらの魅力を伝える機会をサービスによって増やすことができる。実際に稲城市のお店や直売所などにサービスに参加費用を負担してもらおう。さらにアプリ自体の運営に興味を持つ大学生で行う。大学生が運営することで地域に貢献する機会と実社会で働く経験を得られることができる。

直売所や農家は実際に大学生などに魅力を伝える機会が少ない。しかし農家には農業を利用した収穫体験イベントなどの観光がある。このサービスに参加することで体験イベント等の情報の宣伝や農業の魅力を伝える機会を得ることができる。さらに今後の取り組みとしては協力店にチェックポイントを設置し、それらを回ることによりアプリ内でメダル付与しアプリ使用者に達成感を与え、多くの協力店を回る動機を得られる。それにより稲城市外の人にも稲城市の魅力発見の手助けになるのではないかと考えた。

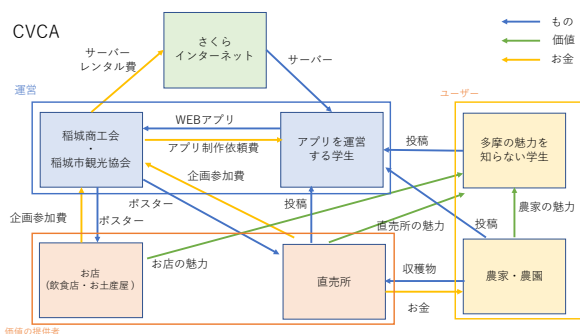


図1: CVCA

### 4. アプリケーションの実装

私たちが今回の写真投稿機能を持ったアプリケーションを作成するため2つのシステムを作成した。投稿された内容を表示するためのフロントエンドとユーザーのデータと投稿されたデータを管理しフロントエンドへデータを抽出して渡すバックエンドである。

フロントエンドでは投稿する機能と投稿された内容を確認する2つの機能を用意した。実際に作成されたアプリの画面が図2である。先ほどの4つのタグを自身で選択して自身の興味がある投稿された写真や写真のタイトルなどを確認ができる。

バックエンドでの主な機能としては2つある。1つ目は写真などの投稿データやログインするためのユーザーデータを管理する機能である。今回利用する投稿データは写真データのみならず位置情報やタイトルやテキストなど複数の項目があり複雑となってしまった。これらの条件からより柔軟なDBスキーマを作成できるNoSQLを用いた。2つ目の機能はそれらのデータを抽出する機能である。抽出されるデータは設定された4つのタグを選択することで任意の投稿されたページを抽出できるようになっている。



図2: 作成したアプリケーションのUI

### 5. サービスの評価

私たちは作成したサービスを利用して実際にアプリ体験イベントを開催する予定である。具体的には実際にサービスが大学生や直売所の方々が利用してもらえるのかどうかを体験しながら検証する必要がある。評価項目としては「この企画に賛同してもらえるか」や「アプリの使いやすさ」などがある。

### 6. 今後の展望

今回は作成したサービスは稲城市での実行を目標に活動を行ってきた。しかし今後は多摩地域全体に拡大できるようなサービスにしていきたいと考えている。しかし課題は山積している。アプリの不足している機能やアプリの告知、提携してくれるお店探しなどが存在する。今後はこのような問題を解決していく必要がある。