

## COG2025 応募内容確認書

ID	55-26-5
自治体名	広島県
自治体提示地域課題	宮島・原爆ドーム以外にも、素晴らしい観光地がたくさんある！！
チーム名	福山大学都市計画ゼミ
アイデア名	動画付きPOIで「映える×行きやすい」を可視化するオープンデータ
チーム属性	学生：学生（ ）だけで構成されたチーム
チームメンバー数	5
代表者	一木 唯人
メンバー（公開）	一木 唯人, 転堂 夏妃, 東 佳希, 水江 健斗, 村上 真矢

### 【確認事項】

- < 応募のPDFファイル名と送付先 > 確認しました。
- < 応募内容の公開 > 確認しました。
- < 知的所有権・肖像権 > 確認しました。問題ありません。

基本情報

チーム名

福山大学都市計画ゼミ

アイデア名

動画付き POI で「映える×行きやすい」を可視化するオープンデータ

該当する自治体名

広島県

自治体提示の地域課題

宮島・原爆ドーム以外にも、素晴らしい観光地がたくさんある！！



## 1. アイデアの全体像 (What)

### 1-1. 提案のあらまし (要旨)

本提案は、広島県が掲げる地域課題「宮島・原爆ドーム以外にも、素晴らしい観光地がたくさんある！！」に対し、既存の DoboX データセット「インフラツーリズム\_施設情報」を核として、観光客が“行動を決める瞬間”に必要な情報をオープンデータとして再設計し、通過型観光地を“目的地化”することを狙う。背景には、県内の二大観光地（宮島・原爆ドーム周辺）への集中が進む一方で、その他地域が「魅力が伝わらない」「公共交通での到達可能性が見えない」ために、滞在・消費につながりにくい構造がある。

この構造を崩すために、POI（観光スポット情報）を単なる説明文・静止画の羅列から、(A) 短尺動画＝“映える”体験の予告編、(B) GTFS (stop\_id/route\_id 等)＝“行きやすい”の根拠、(C) タグ＝検索・レコメンドの入口、(D) 撮影日・季節性＝鮮度管理、へと拡張した「動画付き POI オープンデータ」として整備・公開する。これにより、行政が行う観光 PR を「制作物（パンフ・LP）」中心から、「再利用可能な素材（データ）」中心へ転換し、県・市町・民間・開発者が同じ基盤の上で、地図、周遊パス、SNS 連動、旅行商品、アプリ等を低コストで派生させられる状態を作る。

本提案では既に、学生チームが福山エリアを中心に 5 地点（鞆の浦、仙酔島、沖の観音、本郷憩いの森キャンプ場、福山大学イルミネーション）を選定し、現地撮影・Vlog 風編集を行い、既存データに動画・撮影日・タグ・GTFS-JP (stop\_id/route\_id) を付与した「新インフラツーリズム\_施設情報」を作成し、地図として提示している。COG2025 ではこの成果を、(1) 県全域にスケール可能なデータ仕様・運用設計へ昇華し、(2) インバウンドを含む多言語・世界発信を前提に、(3) “分散”と“地域消費”を目的変数として設計し直す。すなわち、提案の本質は「動画を増やすこと」ではなく、“目的地選択→移動→滞在→消費”の意思決定をデータで支える仕組みを、オープンデータとして公共財化する点にある。

実装イメージは次のとおりである。観光客は地図または検索 UI で「景観（海・橋・夜景）」「体験（キャンプ・島歩き・港町散策）」「所要時間（半日/日帰り）」「公共交通で行ける」等の条件で探し、POI の短尺動画で“自分の旅に合うか”を即時判断する。次に、GTFS に基づき最寄り停留所・路線・時刻表（将来的には GTFS-RT で遅延含む）へ遷移し、「行ける確信」を得たうえで移動する。結果として、二大観光地の“ついで”ではなく、最初から行程に組み込まれる観光地が増え、地域内の滞在時間と消費機会が増える。行政・DMO 側は、データとして整備された動画・タグを、Web 特集、SNS 広告、海外向けメディア、旅行会社向け素材、周遊キャンペーン等に再利用できる。さらに、開発者は同データで独自アプリや多言語ナビを作れるため、「県が一から全部作る」よりも少ない予算で、発信チャンネルが増殖していく。

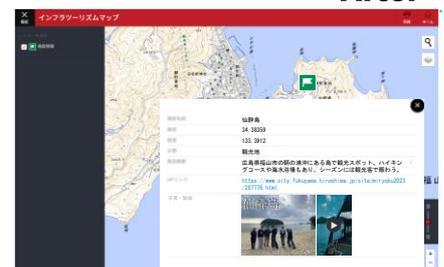


作成したデータセット  
に搭載した情報が掲載  
されています。

### Before



### After



## 1-2. 5W1H (何を／誰が／誰に／いつ／どこで／どうやって)

### What (何を)

- ・DoboX「インフラツーリズム\_施設情報」を拡張し、動画付き POI+公共交通アクセシビリティ (GTFS) を一体化したオープンデータとして公開する。
- ・“映える×行きやすい”を同時に可視化することで、通過型観光地を目的地化し、地域分散と消費増を狙う。
- ・データ仕様 (スキーマ) を標準化し、県内各地域へ横展開できる運用モデル (更新・権利処理・品質管理) を提示する。

### Who (誰が：実施者・組織)

- ・中核：広島県 (観光担当) +DoboX 運営主体 (データ公開基盤)
- ・共創：市町 (観光・土木・文化財)、DMO/観光連盟、交通事業者 (GTFS 提供/更新)、大学 (データ設計・評価)、地域事業者 (飲食・宿泊・体験)
- ・制作：学生・地域クリエイター・事業者 (動画素材制作)、行政 (承認・公開)

### Who (誰に：対象者・受益者)

- ・第一受益者：国内外の旅行者 (特にインバウンド・個人旅行者=意思決定がデジタル依存)
- ・第二受益者：二大観光地以外の地域事業者 (滞在・消費の増加)
- ・第三受益者：行政・DMO (低コストで多チャンネル発信、施策評価が可能)
- ・第四受益者：開発者・旅行会社 (再利用可能な素材としてのデータ)

### When (いつ：時期・頻度)

- ・事業初年度：県内複数地域で 50~100 件程度の動画付き POI を整備→公開
- ・以後：季節更新 (春/夏/秋/冬で差分更新)、イベント時の臨時更新、GTFS 更新に追随 (原則月次~四半期)

### Where (どこで：場所・対象地域)

- ・県全域。ただし効果の見えやすい「二大観光地から日帰り・1泊で分散しやすい圏域」から優先 (例：福山・尾道、呉・江田島、三次・庄原、竹原・大崎上島 等)。
- ・既存のインフラツーリズム施設に加え、周辺の体験・景観・飲食の“立ち寄り先”もタグで接続。

### How (どうやって：方法・アプローチ)

- (1) データ拡張：動画 URL、撮影日、タグ、GTFS の stop\_id/route\_id 等を付与し、検索・ルーティング可能な形に整備。
- (2) 品質管理：動画の権利・肖像・安全配慮、タグ設計 (多言語対応)、位置精度、交通データ整合をルール化。
- (3) 発信連携：地図 (Web) と API 公開により、行政サイト・SNS・旅行サイト・民間アプリへ再利用を促す。
- (4) 評価：閲覧・クリック・経路検索・現地消費 (アンケート/事業者ヒアリング) 等で効果検証し、改善サイクルを回す。

## 2. アイデアの理由 (Why)

### 2-1. 理由のポイント

ポイント①：需要は増えているのに、消費が“偏在”しやすい。だから「分散の設計」が必要。

広島県は観光客数・消費額とも回復基調で、令和6年の観光消費額は5,918億円、1人当たり9,141円と前年から増加している。また外国人観光客数は令和6年に421.5万人と過去最高を記録しており、需要自体は強い。【広島県：令和6〔2024〕年広島県観光客数の動向】一方で、需要が強いほど「有名スポットへの集中」が起きやすく、地域課題文にある通り、二大観光地以外が通過型となり“お金が落ちない”構造が固定化する。つまり今必要なのは、観光客を増やす施策より、既に来ている観光客の行動を、県内に広げる仕掛けである。

ポイント②：観光客の意思決定は「体験の想像」と「到達可能性」で決まる。ここが欠けている。

現状のインフラツーリズム施策は「施設概要・写真の公開」に留まり、行動変容に必要な情報が不足しているという問題意識が、自治体側の課題文にも明示されている。学生チームの実体験としても、既存データセットを見たときに「訪れてみたいと思えない」「車以外のアクセスが想像できない」という感覚があり、ここが“通過”の温床になっている。静止画とテキストだけでは、体験の空気感（音・動き・人の楽しみ方）が伝わりづらい。さらに、公共交通でのアクセスは、路線名や時刻表が見えないと不安が勝ち、「やめておこう」となる。したがって、意思決定の2要素、(A)体験の予告（映える/楽しそう）と、(B)到達可能性の根拠（行きやすい）を同時に提供する必要がある。

ポイント③：データ化すると“低コストで増殖”する。行政の発信を公共財へ。

動画や魅力発信自体はSNSで一般化しているが、個人投稿は断片的で、検索性・網羅性・信頼性が担保されにくい。これを「オープンデータ」として整備すると、(1)行政施策への転用（公式PR・周遊施策・教育旅行等）、(2)民間サービスへの転用（旅行アプリ・多言語ナビ・ツアー造成）、(3)研究・評価（行動データと組み合わせた効果測定）が可能になる。つまり、単発の動画制作ではなく、“再利用可能な観光素材の基盤整備”として費用対効果が高い。

ポイント④：集中は既に“混雑対策”を要する水準。分散は受益者全体の利益。

広島平和記念資料館は令和5年度の入館者数が198万1,617人で過去最多となり、混雑対策が課題になったことが市の説明でも述べられている。【広島市：平和記念資料館の入館者数について】宮島も来島者数が令和6年に485万4,369人（合計）と高水準で推移している。【廿日市市：宮島来島者数一覧表】この状況は、観光客にとっては満足度低下（待ち・混雑）、地域にとっては負荷増（交通・環境・住民生活）につながる。したがって、分散は「地方部のため」だけでなく、人気地の持続可能性と観光体験品質の維持という観点でも合理的である。

### 2-2. 根拠と裏付け（定量・定性の混合で）

1. 観光需要は回復・拡大している。（消費額・宿泊・外国人が増加）
2. 人気地は混雑対策が必要な水準で、分散は必須になっている
3. しかし周辺・県内各地は、魅力と到達可能性が伝わらず通過しやすい。
4. そこで「動画（体験の予告）×GTFS（行きやすさの根拠）」をPOIデータに統合し、オープンデータとして再利用可能にする。
5. 県・市町・民間・開発者が同じデータを使って発信・サービスを増殖させ、低コストで回遊・消費を広げる。

(定量) 県全体の市場規模は大きい＝分散の余地がある。

令和6年の広島県の観光消費額総額は5,918億円で前年比+18.4%、1人当たり消費額も9,141円(+10.4%)と増加している。宿泊客数(延べ)は令和6年に1,167万人泊(+16.5%)へ増加しており、滞在を伴う旅行の回復も確認できる。さらに外国人観光客数は令和6年に421.5万人で過去最高を更新している。【広島県：令和6〔2024〕年広島県観光客数の動向】需要が強い局面で分散の導線を整備すれば、追加の誘客よりも小さな介入で、県内回遊・滞在延長による消費増が期待できる。

(定量) “集中の象徴”が示す混雑＝分散の必要性。

宮島来島者数は令和6年の合計で4,854,369人と、令和5年(4,652,252人)から増加している。【廿日市市：宮島来島者数一覧表】広島平和記念資料館も令和5年度に198万1,617人と過去最多となり、オンライン予約や開館時間延長など混雑対策を進めている。【広島市：平和記念資料館の入館者数について】これは「観光需要は既に限界に近い場所がある」ことを示し、人気地の満足度・持続可能性のためにも、近隣・県内各地への回遊促進は合理的である。

(定量) インバウンド回復と市場多様化＝デジタル意思決定の重要性。

外国人観光客数は過去最高を更新し、米国・豪州・欧州など欧米豪比率が過半という構成も示されている。【広島県：令和6〔2024〕年広島県観光客数の動向】この層は、SNS・地図・レビュー・動画を見て旅程を組む比率が高い傾向があり、言語面でも「写真+日本語テキスト」だけでは刺さりにくい。動画は言語障壁を下げ、タグと多言語短文で補強すれば、低コストに世界発信できる。

(定性) 既存データセットが“行動”につながない実感。

私たちがDoboXの「インフラツーリズム\_施設情報」を閲覧した際、「訪れてみたいと思えない」「公共交通で行くイメージが湧かない」という体験があった。実際、作品では“Before/After”として、写真中心のデータを、動画+タグ+GTFS(stop\_id/route\_id)付きデータへ拡張することで、「訪れてみたい」「行ける」と思える状態へ変える方針が明確化されている。これは机上の空論ではなく、最低限の実装が既に行われている点が強みである。

(定性) オープンデータ化の社会的意義：安心・安全と楽しさの両立。

個人SNS動画は魅力的だが、情報の散逸・真偽・更新性・権利処理の問題が残る。公共主体が関与し、オープンデータとして整備すれば、権利・安全配慮を前提に「楽しさ・美しさ」を公式に発信できる。さらに、タグにより検索性が上がり、地名を知らない観光客でも「橋が好き」「夕景が見たい」「子連れ向け」等の関心から地域へ到達できる。結果として、通過型の要因である“情報の断絶”を埋められる。

**【出典】**

- ・広島県：令和6〔2024〕年広島県観光客数の動向  
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/637604.pdf>
- ・広島市：平和記念資料館の入館者数について  
<https://www.city.hiroshima.lg.jp/mayor/press/1026996/1008638.html>
- ・廿日市市：宮島来島者数一覧表  
<https://www.city.hatsukaichi.hiroshima.jp/uploaded/attachment/88254.pdf>

### 3. 実現までの流れ (How)

#### 3-1. 実施主体・体制

##### (1) 統括 (データガバナンス)

- ・広島県 (観光担当課) を統括主体とし、DoboX 上で公開するデータの基本方針 (目的、対象範囲、更新頻度、ライセンス) を定める。
- ・県内市町・観光連盟・交通事業者・大学等を含む「動画付き POI データ運用協議会 (仮)」を設置し、データ仕様と運用ルールを合意する。

##### (2) データ整備 (制作・編集・入力)

- ・現地取材・動画制作: 学生・地域クリエイター・事業者 (観光ガイド、体験事業者等)
- ・編集・品質管理: 大学 (研究室) + 県 (広報/観光) + DMO でチェック体制
- ・交通情報連携: 交通事業者 (GTFS 提供) または県・市が取りまとめ、停留所・路線の ID 整合を支援

##### (3) 利活用 (発信・サービス化)

- ・県・市町: 公式サイト、特集記事、周遊施策、海外向け素材提供
- ・DMO/民間: 旅行商品造成、SNS 広告、インフルエンサー連携 (ただし元データは公共財として維持)
- ・開発者: API/ダウンロードデータを用いた地図・旅程作成ツール・多言語ナビ等 写真



(写真左: DoboX×PLATEAU Hack Challenge への参加、写真右: 広島県との協議の様子)

#### 3-2. 必要資源と調達 (ヒト、モノ、カネ)

##### ヒト (人材)

- ・プロジェクトマネージャ (県/DMO): 全体進行、関係者調整
- ・データマネージャ: スキーマ設計、品質管理、更新運用
- ・動画制作チーム: 撮影 (スマホ可)、編集、字幕 (多言語は段階導入)
- ・交通データ担当: GTFS 更新、stop\_id/route\_id 整合、将来の GTFS-RT 検討
- ・評価担当: 効果測定 (アクセス解析、アンケート、現地ヒアリング)
- ・旅行者、地域事業者: 動画投稿・タグ付け・更新協力に参加

##### モノ (ツール・環境)

- ・DoboX (公開基盤)
- ・動画制作 (スマホ+簡易ジンバル、編集ソフト)
- ・データ編集環境 (表計算/CSV、GIS、簡易 ETL)
- ・公開用の地図 UI (既存 Web 地図サービス、または軽量 Web アプリ)

##### カネ (費用)

- ・動画制作の少額委託・謝金
- ・翻訳 (要点のみ)
- ・地図 UI の軽微改修

### 3-3. プロセスとスケジュール

#### Phase 0 : 要件定義 (1 か月)

- ・ 目的指標の合意 : 「分散 (閲覧・経路検索・実来訪)」「滞在」「消費機会」
- ・ スキーマ策定 (必須/任意項目、タグ体系、動画仕様、ライセンス)
- ・ 重点エリア選定 (例 : 二大観光地からの分散先としての複数圏域)

#### Phase 1 : MVP (Minimum Viable Product) 構築 (2~3 か月)

- ・ 既存「インフラツーリズム\_施設情報」を棚卸し
- ・ 50~100POI を優先整備 (動画・タグ・撮影日・GTFS 紐付け)
- ・ データ公開 (DoboX) + 地図 UI 公開 (検索・フィルタ・言語は簡易版)
- ・ テスト運用 (学生・県職員・観光事業者でユーザーテスト)

#### Phase 2 : 利活用拡大 (3~6 か月)

- ・ 多言語化 (タイトル/要約/タグの主要言語、まず英語)
- ・ 周遊導線の明示 : 「半日で行ける」「公共交通で行ける」「雨の日向け」等のテーマ別コース生成 (データから半自動生成)
- ・ 旅行会社・開発者向けに、データ利用ガイド (サンプルコード/事例) を整備
- ・ 効果測定 (地図閲覧、動画再生、経路検索クリック、アンケート)

#### Phase 3 : 運用定着・高度化 (6~12 か月)

- ・ POI を 200~500 へ段階拡大 (市町参加の仕組み化)
- ・ GTFS-RT 等を用いたリアルタイム表示の実証 (可能な事業者から)
- ・ 来訪・消費の推定 (匿名・集計) : キャンペーン QR、周遊パス、簡易アンケート等
- ・ 成果の公開 (ダッシュボード/報告書) →次年度改善へ

### 3-4. 想定リスクとその対応策

#### リスク① : 動画の権利・肖像・安全性

対応 : 撮影ガイドライン、人物が特定される場合の許諾、BGM 権利、危険行為を助長しない編集基準。  
ライセンス (例 : CC) とクレジット明記をデータ項目に組み込む。

#### リスク② : データ更新が止まる (鮮度劣化)

対応 : 撮影日・更新日を必須化し、季節更新の枠組み (年 4 回) を最小運用として設定。学生・地域協力者の“更新参加”を制度化 (授業・PBL 等と接続)。

#### リスク③ : GTFS 整合の崩れ (路線改正)

対応 : stop\_id/route\_id のマッピングを自動検査 (欠損・無効 ID を検出) し、月次で差分更新。交通事業者・県の連携窓口を固定化。

#### リスク④ : 分散が新たな混雑を生む

対応 : タグに「混雑しにくい時間帯」「滞在分散の推奨」を含め、アクセス集中が見えた POI は露出制御 (特集の入替) で調整。人気地の持続可能性を損なわない設計にする。

#### リスク⑤ : 効果が見えにくい (評価不能)

対応 : KPI を多層化 (閲覧→経路検索→現地到達→消費)。少なくとも閲覧・経路検索はログで把握し、現地は簡易アンケート・事業者ヒアリングで補う。