

BARI NAVI



地域特化型観光案内アプリ

ばりナビ!

FUKUOKA

1年チームI 星加大樹 蓑田栞 永末陸駆 每隈拓磨

この企画の目的

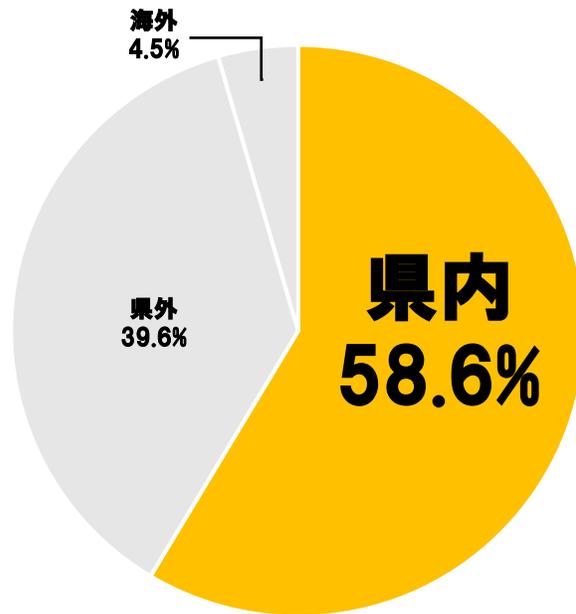
福岡県に特化した観光アプリで地域の情報を発信。
新規観光客を獲得し地域活性化を図る。

AI技術を導入し誰でもわかりやすく直感的に情報
を入手できるように。

メッセージ

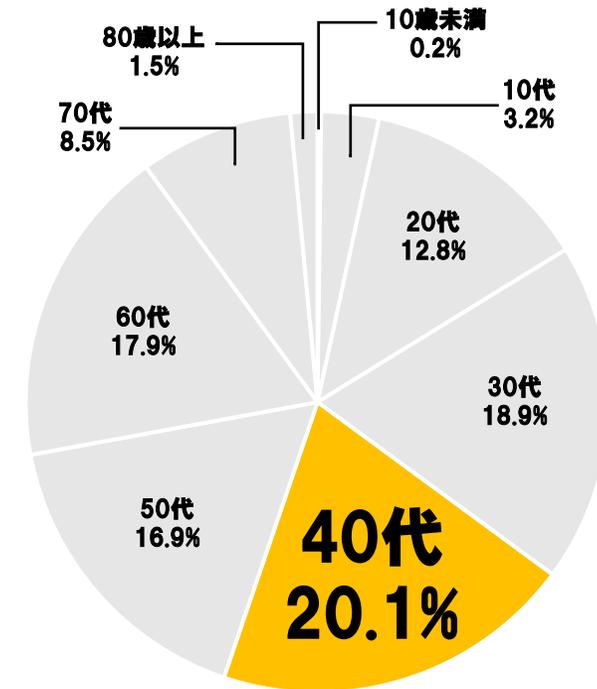
福岡のよいところを
もっと知ってもらって
たくさんの人たちに来てほしい

観光客の居住地



約 6 割を**県内**の観光客が占める。
県外からの観光客は約 4 割程。

観光客の年代



40代が20.1%と最も多い。^{※1}
10歳未満・10代・80歳以上を除くと
20代が12.8%と最も低い。

※1 データのクレンジングを行い、自力での旅行ができない年齢層と考えたため。

観光計画についての調査

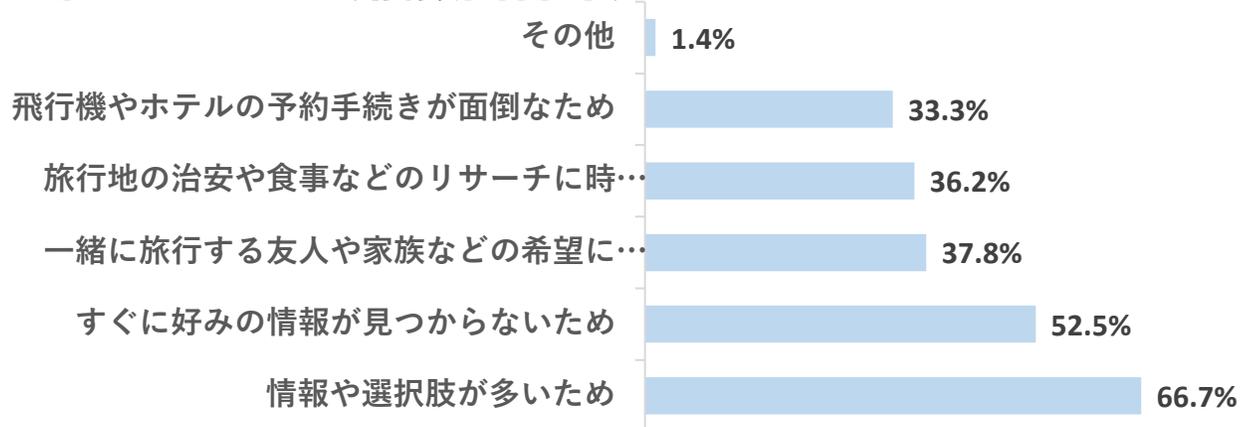
旅行計画は手間がかかる、または難しいと感じた事がある人の割合



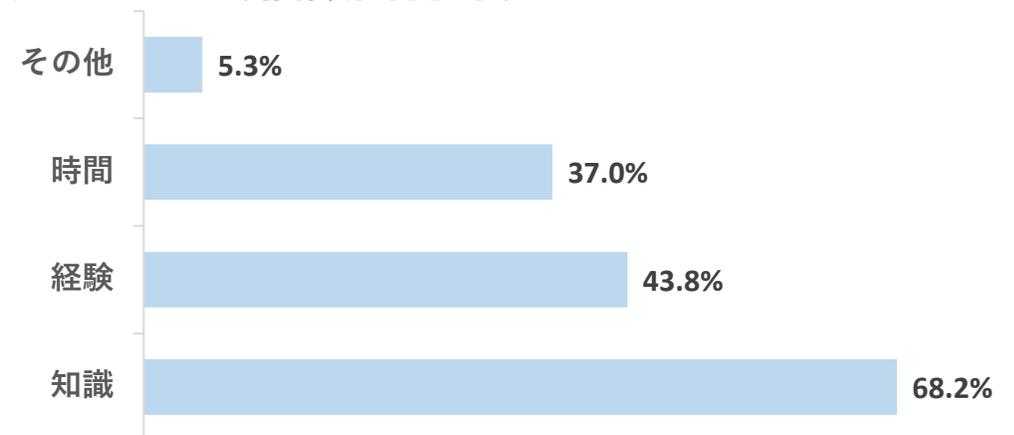
旅行のマネリ化を感じた事がある人の割合



上記内容を感じた事がある人のその理由として当てはまるもの（複数回答可）



良い旅行計画を立てるために自分に足りないと感じるもの（複数回答可）



観光計画についての調査まとめ

旅行の計画に手間がかかる、または難しいと感じたことがある人の割合は

「24.5%がある」

「40.6%がどちらかと言えばある」

と答えており、手間がかかる・難しいと経験した人の割合が多いことが分かる。

また、旅行のマナー化を感じた事があると答えた人の割合は

「18.5%がある」

「48.0%がどちらかと言えばある」

と答えており、5割以上がマナー化を感じたという事が分かる。

観光客層の問題点

県外からが39.6%・海外からが4.5%と県内の観光客56.8%と比べて少ない。

観光地の問題点

旅行計画に手間がかかる・難しい。
情報の選択肢が多い。
好みの情報がすぐに見つからない。
知識や経験・時間が足りない。
旅行のマンネリ化。



観光客層の問題点

県外・海外からの観光客を取り込むため、福岡に特化した情報の提供や魅力の発信を行う等のアプローチをかける。

観光の問題点

旅行計画の手間や知識や経験の不足・好みの情報の入手などを簡単に・より直感的にするためAI技術を用いて会話形式で情報を提供する。これによりユーザーは会話するだけで情報を入手する事ができ、直感的な操作が行える。

ターゲットとなるユーザー

県外・海外からの観光客
好みの情報が見つからない人
マンネリ化を感じている人

年齢層

30代～50代



AIを活用した直感的な操作

会話形式で観光名所やおすすめスポットを提案。
3Dキャラクターなどを用いて親しみやすく。

画像から類似する場所を検索。
柔軟な検索を可能に。

料理や商品の情報からそれを提供している
店舗を検索。

知識がなくても既存の画像
や会話などで自分の好みを探
ることが可能に。

アプリの機能

AIを活用し、キャラクターとの会話形式での情報収集や旅行計画の作成、観光名所等の検索ができるアプリ。

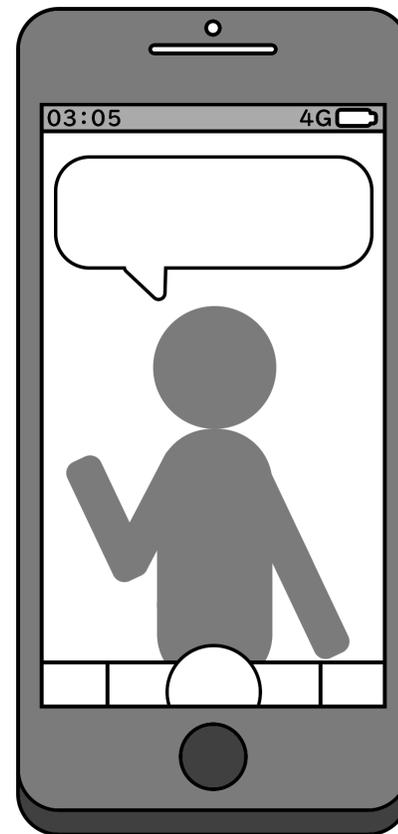
一般的なアプリとの違い

AI技術を活用し、会話形式を採用している点が最も異なる点。知識が無くても会話を通じておすすめの提案等を行う。

福岡市内での旅行プランをたてて



ユーザー



〇〇から大濠公園を回る
このプランはいかがでしょう

提案する内容を地域に特化したものにするによって
他所より詳しい情報を提供する

スケジュール



企画着手案

最初は福岡県博多・天神を中心に展開。
その後徐々に福岡県内に範囲を広げていく。
企業と連携し掲載する情報の収集を進める。

連携協力先案

福岡県庁
福岡県観光連盟
各提携企業

アプリの制作

開発コストがかかる

データの収集

各種団体や企業との連携が必要
一番の課題になると考えられる

AI

会話システムの作成やトレーニングが必要

AIを用いて 観光プラン等を提案

AIを用いて会話形式で観光プランや観光名所を提案する事で、ユーザーの「手間がかかる」や「知識が足りない」などの問題を解決しつつ簡単に情報を提供。また、自分が知らない場所などを発見できるためマンネリ化も解消可能。

地域に特化した 情報を提供

福岡県の企業などと提携し福岡に特化した地域の情報を提供する事で魅力の発信や興味を持ってもらう

地域活性化に貢献

福岡県への観光客増加につながり、地域活性化が期待できる。

BARI NAVI



ご清聴ありがとうございました

