

デジタルコンテンツで歴史観光の イベントを盛り上げたい！ 実証実験報告書

リアルワールドゲームス株式会社
×
観光振興課

目次

1. 実証実験の概要	3	3. 課題と今後の展開	1 4
1-1 背景・目的	4	3-1 サービス/ システムにおける課題	1 5
1-2 対象となる業務の全体像	5	3-2 導入に向けての課題と解決策	1 6
1-3 目標・KPI	6		
2. 実証実験の結果	7	4. 参考資料	1 7
2-1 KPIに関する結果	8	4-1 成果物（制作物）紹介	1 8
2-2 工夫したポイント	1 1	4-2 サービス/システム紹介	1 9
2-3 実証実験で得られた発見	1 3	4-3 メディア掲載事例紹介	2 0

1. 実証実験の概要

1-1 背景・目的

実証実験の背景

＜現状＞

- 県内の「武将」「城」「街道」といった観光資源を活用し、歴史観光を推進する各種イベントを開催している。
- 武将観光イベントでは、コンテンツの見直し、追加などにより毎年様々なアイデアを取り入れ、内容の充実に努めてきた。

＜課題＞

- ここ数年は目を引くような新しいコンテンツを取り入れられずにいる。



実証実験の目的

＜目的＞

新規参加者の開拓

- 歴史観光イベントに、参加者のスマートフォンの位置情報を活用したコンテンツを連動させることで、参加者の満足度向上や新規客層の取り込みにつなげることができるか検証する。

歴史観光資源の活用

- 県が保有する歴史観光のキャラクター（ひでながくん、いえやすくん等）をゲーム活用することで更なる認知向上を図る。

歴史観光イベント「サムライ・ニンジャ フェスティバル」



県が保有する歴史観光のキャラクター



ひでながくん



いえやすくん

1-2 対象となる業務の全体像

歴史観光イベントである「サムライ・ニンジャ フェスティバル」を実証の場として、イベント盛り上げ施策として「サムニン・バトル ～大高緑地の戦い～」を開催した

イベントの企画・告知
～11月13日（木）

前哨戦の実施
11月14日（金）～11月29日（土）

サムライ・ニンジャ フェスティバル
11月30日（日）

■「サムニン・バトル ～大高緑地の戦い～」の企画

参加者のスマートフォンの位置情報を活用したコンテンツを連動させることで参加者の満足度向上及び新規参加者の取り込みに向けた企画を具現化。

- ✓ 現地視察及び連携する関係者との打合せ
- ✓ ゲームの内容、参加方法、チェックインスポット、ノベルティなどのアプリ設計
- ✓ イベントをPRするための広報ツールの作成
- ✓ イベント全体と併せた記者発表資料の作成 等



▲現地視察の様子



▲サムニン・バトル～大高緑地の戦い～のポスター

■「サムニン・バトル ～大高緑地の戦い～」前哨戦の実施

サムライ・ニンジャ フェスティバルへ新規参加者を呼び込む策として、イベントに先駆けてアプリで前哨戦を実施。参加者を東軍・西軍にチーム分け、キャラクターを登場させ、両軍での競い合いを開始。

- ✓ 企画内容をアプリ内に実装
- ✓ SNSを活用して、イベントの周知を実施



▲Xでのイベント告知

■「サムニン・バトル ～大高緑地の戦い～」の実施

会場内に当日限定のスポットを出現させ、「歩数」及び「スポットポイント数」に応じた合戦を展開するとともに、イベント会場にブースを出展し、参加者にアプリの紹介及び参加を呼びかけの実施。

- ✓ アプリインストールのサポート・操作説明
- ✓ ノベルティの配布
- ✓ アンケートの回答促進
- ✓ SNSでの参加呼びかけの実施
- ✓ イベントの結果発表（東軍・西軍の勝敗） 等



▲会場でのアプリ表示



▲会場に出展したブース

1-3 目標・KPI

本実証の成果指標

「歴史観光」イベントである「サムライ・ニンジャ フェスティバル」において、観光振興課が解決したい課題に対して、以下のKPIを設定して効果検証を実施した

課題 ①	イベント参加者層が固定化している	KPI ①	アプリによる新規参加者の獲得 イベント参加者とアプリを利用した参加者を比較した際の 新規参加者の割合が1.5倍以上
課題 ②	イベントに長く滞在していただき、実施しているプログラムを複数楽しんでいただきたい	KPI ②	アプリによる周遊促進効果 アプリ利用していない参加者とアプリ利用を利用した参加者を比較した際の参加したプログラム数が5個以上である割合が1.5倍以上
課題 ③	来場される子供から大人まで広く楽しんでいただき、満足度を向上させたい	KPI ③	アプリの満足度 アプリを利用した参加者の満足度（「とても楽しかった」「楽しかった」を選んだ人）が80%以上

2. 実証実験の結果

2-1 KPIに関する結果

新規参加者の獲得効果を検証するため、アプリ利用者と参加者全体でイベント初参加の割合を比較した

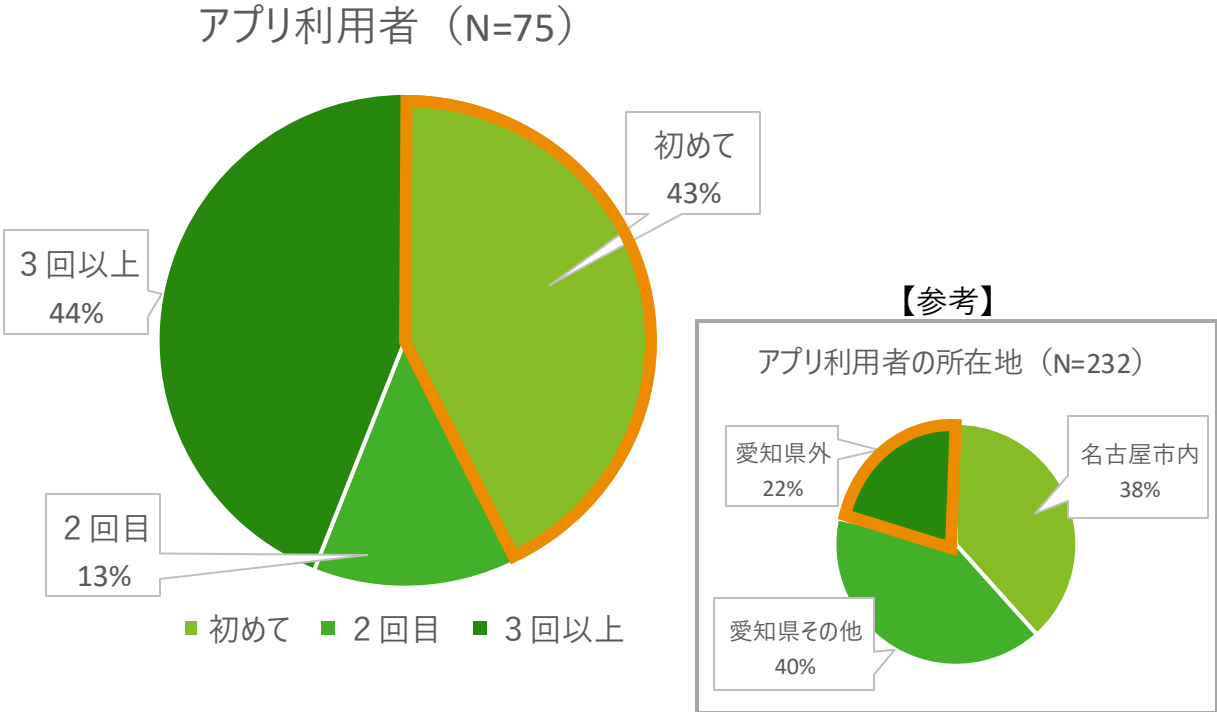
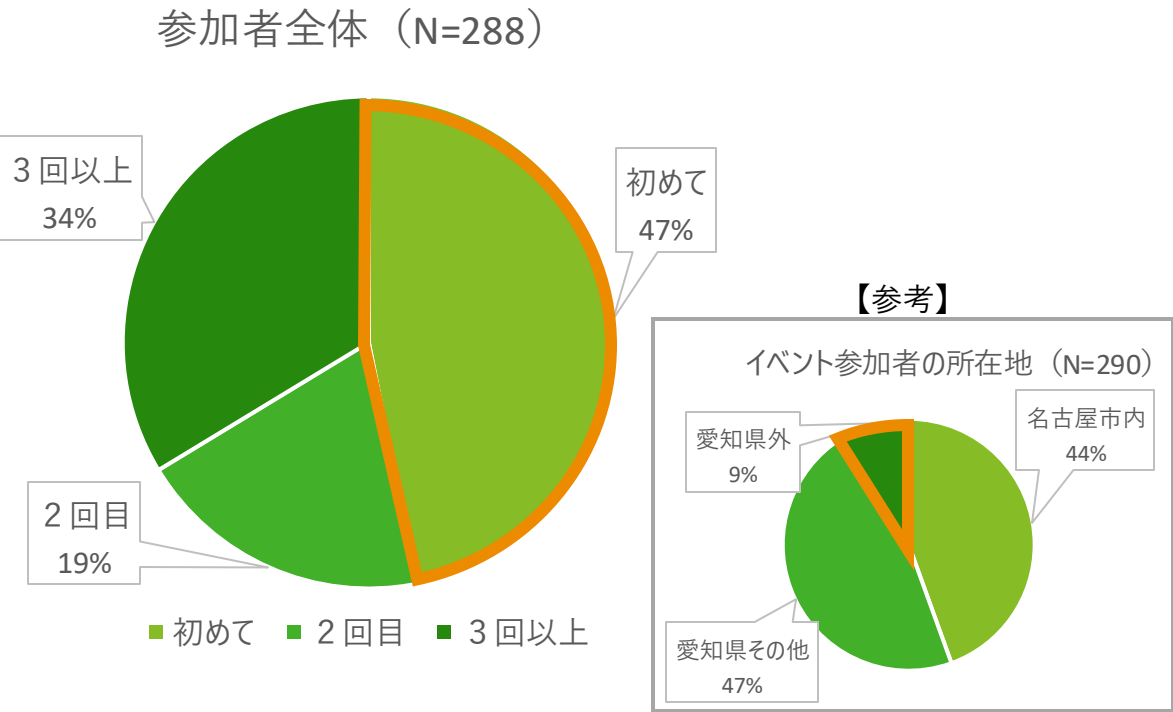
KPI①

アプリによる新規参加者の獲得

イベント参加者とアプリを利用した参加者を比較した際の
新規参加者の割合が1.5倍以上

結果

- イベント参加者とアプリを利用した参加者を比較した際の新規参加者の割合は0.91倍とほぼ横ばいであった
- 今回の実証では、本プログラムの周知が限定的であったことから、今後、アプリの周知範囲を広げることで、新規参加者の割合は改善することが想定される
- また、県外からの参加者が、イベント全体では約9%のところ、アプリ利用者では約22%となっており遠方からの参加者の獲得に効果があると考えられる



2-1 KPIに関する結果

位置情報アプリによるイベント会場での周遊促進効果を確認するため、現地で多くのプログラムに参加した方の割合を比較した

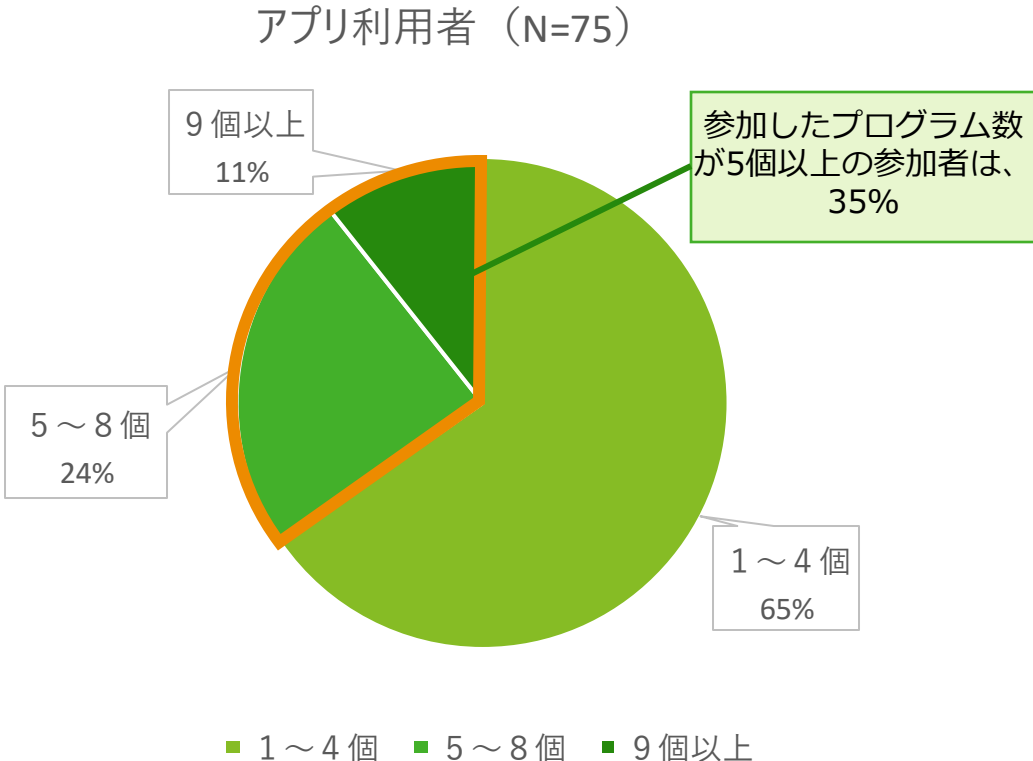
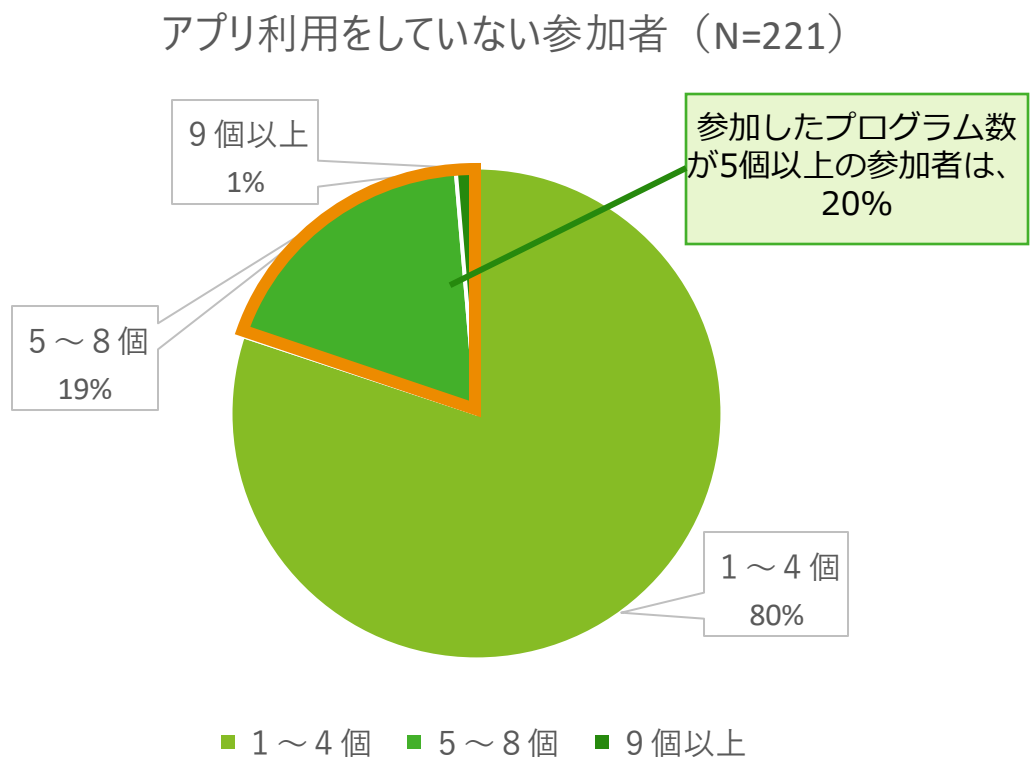
KPI②

アプリによる周遊促進効果

アプリ利用していない参加者とアプリを利用した参加者を比較した際の参加したプログラム数が5個以上である割合が1.5倍以上

結果

■ アプリ利用していない参加者とアプリを利用した参加者を比較した際の参加したプログラム数が5個以上である割合は、1.75倍となり、アプリによりイベント会場で参加者に周遊を促進する効果があることが示された



2-1 KPIに関する結果

アプリ利用者のアプリに対する満足度を検証した

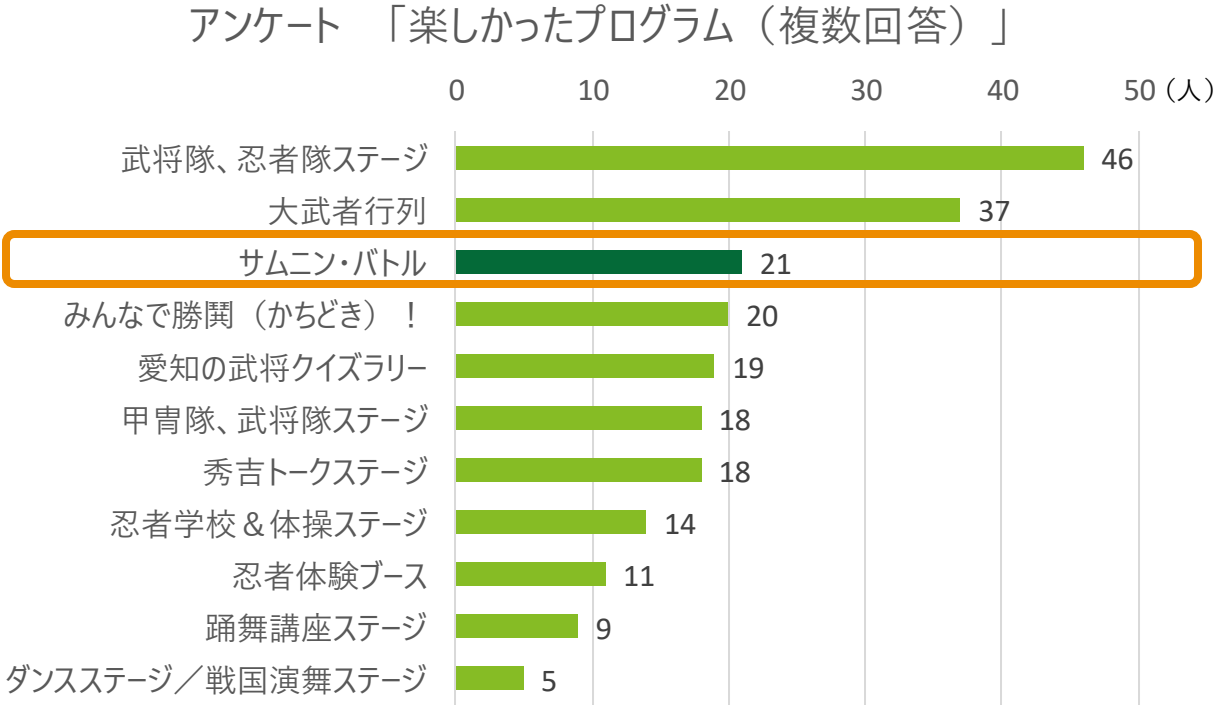
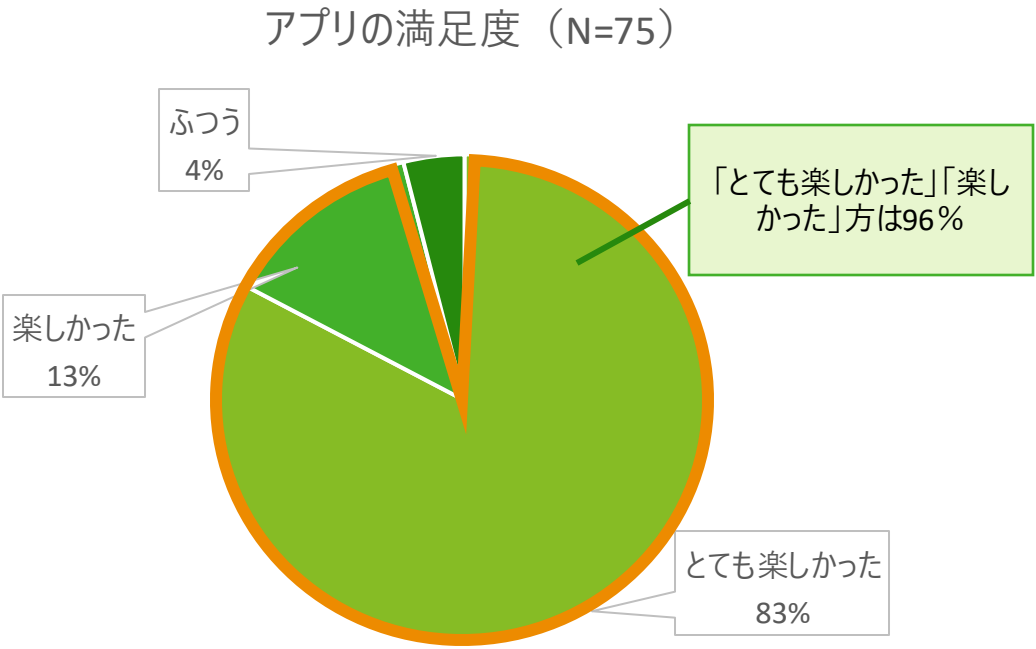
KPI③

アプリの満足度

アプリを利用した参加者の満足度（「とても楽しかった」「楽しかった」を選んだ人）が80%以上

結果

- アプリを利用された参加者の満足度「とても楽しかった」「楽しかった」の割合は96%と利用いただいた方からは高い満足度を得ることができた
- アンケートの「楽しかったプログラム」においても、11プログラム中3位となり、複数あるプログラムの中でも好評であったことが伺える



2-2 エ夫したポイント

アプリ内デザインの工夫

「あいちの歴史観光推進協議会」が保有するキャラクターを登場させ、キャラクターの認知向上を図ると共に、「歴史観光」イベントであるサムライ・ニンジャ フェスティバルの世界観に合わせて、チェックインスポットについてをお城のデザインとする等、参加者に楽しんでもらえるように設計した



画面中央に表示される自分のキャラクター



画面上のタッチ対象キャラクター



ポイント対象となる
チェックインスポット

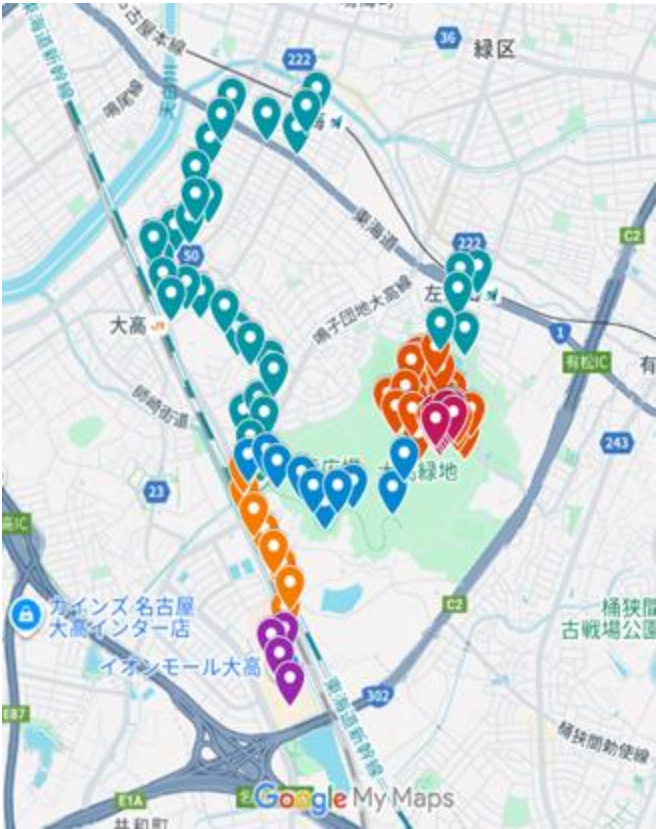


2-2 エ夫したポイント

歴史観光拠点への回遊

サムライ・ニンジャ フェスティバルは大高緑地公園内で実施するイベントではあるものの、近隣の駅（南大高駅、大高駅、鳴海駅、左京山駅）や近隣に所在する歴史観光拠点（鷺津砦、丸根砦）にもスポットを配置することで、歴史観光拠点への回遊を促した。アプリ参加者の行動ログから、大高緑地公園内にスポットだけでなく、参加者は周辺の歴史観光拠点も含めて広く移動されていることが確認できた。また、行動ログを活用することで、イベント会場の参加者の動線を把握することができ、人員配置の参考にすることが可能

本アプリで登録したスポット



アプリ参加者の行動ログ



2-3 実証実験で得られた発見

アプリ利用者の状況

発見
①

- ✓ 全97箇所のチェックインスポットを設置したが、アクセス人数が0のスポットは無かった
- ✓ 会場周辺の施設やお店などと連携ができれば、回遊性を高めるイベントが実施できる



発見
②

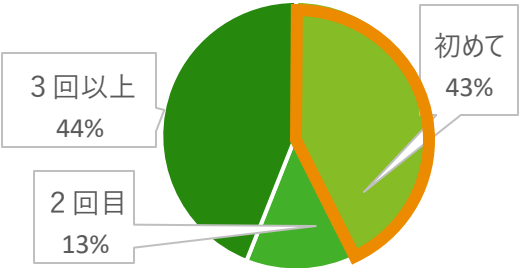
- ✓ 前哨戦でアプリをインストールして参加いただいた方が当日ブースに立ち寄っていただき、楽しんでいる等の感想を共有いただいた
- ✓ イベント当日は、多くの方がブースに立ち寄って下さり、アプリをインストールして、プレイしていただいた
- ✓ ブースでは、ゲームの感想や遊び方について「楽しく使っている」「イベント後もゲームを続けることができるか」等、ポジティブな声をいただくことができた。



発見
③

- ✓ サムライ・ニンジャ フェスティバルに3回以上参加されているリピーターの方々にも楽しんでいたことから、アプリの内容がイベントの趣旨や雰囲気と適合しており、参加者にとって違和感なく受け入れられるものだったと考えられる

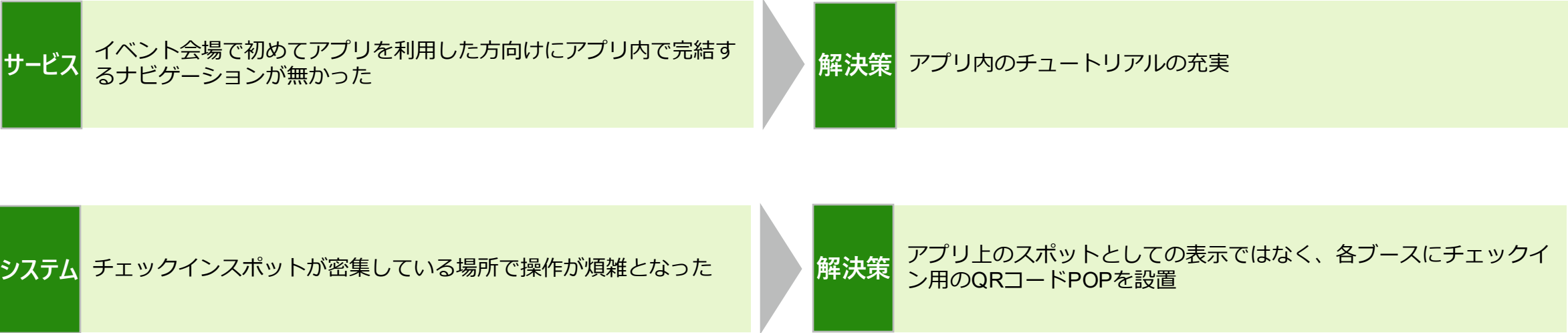
アプリ利用者 (N=75)



3. 課題と今後の展開

3-1 サービス/ システムに関する課題

スマートフォンやアプリの操作に不慣れな方へのサポートが必要



3-2 導入に向けての課題と解決策

実証時に感じた課題と解決策

本実証で抽出された課題とその解決策を以下に整理した

周知	新規参加者を増やすため、サムライ・ニンジャ フェスティバル全体の周知と併せて重点的に周知をしたものの、イベント参加者とアプリを利用した参加者は同程度であった。	解決策	✓ 既存のサムライ・ニンジャ フェスティバルの周知先に加え、他の歴史観光イベントや歴史観光施設及びアプリと相性の良い団体と協働して周知を実施する等、アプリの特徴を生かした周知をすることで、既存参加者と異なる層にアプローチを行う
周知	会場内での周知手段が弱く、参加者のアプリ参加を伸ばせなかった	解決策	・ステージで大きなQRコードPOPを提示 ・アプリストア等で「サムニンバトル」でアプリが検索できるようにする ・第2ステージ周辺でもPRをする ・各地域の武将隊とも連携した集客をする
当日	会場で多くの方にアプリのインストールをいただいた一方、イベント会場では、大勢のイベント参加者がモバイル回線を利用したことで、 <u>通信容量が不足し、インストールに時間を要した</u>	解決策	✓ イベント参加者に事前にアプリをインストールいただくように誘導する ✓ アプリのインストール用に、イベントブースにモバイルWi-Fi等を準備する
アンケート	アンケートの回答をアプリのインストールと同時に実施してしまう方、及びアンケートの回答を頂けない方もいたため、 <u>適切なアンケート回答や回答率の上昇を検討する必要がある</u>	解決策	✓ イベント参加者に対して、イベント終了後にアンケートの回答を促すアナウンスの実施、及びアンケートを回答いただいた方に景品（限定アイテムの入手）の配布などの仕組みを実装する

4. 參考資料

4-1 成果物（制作物）紹介

製作物



実装したアプリの画面



参加した方により楽しんでいただくために作成した記念カード



サムニン・バトル 大高緑地の戦い ポスター

4-2 サービス/システム紹介

実施基盤アプリ 位置情報ゲーム「トレイントレイン」



位置情報ゲームで楽しく地域活性化

ゲーム体験を活用した回遊性の向上で
地域の観光、健康、防災に寄与

観光

- ・ 特定の位置情報への誘導
- ・ アプリ内クーポン等の連携
- ・ オーバーツーリズムの緩和



健康

- ・ 健康無関心層への歩行促進
- ・ 歩数増加による達成感
- ・ 歩行の習慣化



防災

- ・ 地域の防災拠点の可視化
- ・ 防災に触れる機会を創出
- ・ 防災意識の向上



防災訓練

4-3 メディア掲載事例紹介

名古屋テレビ「まるまる◎あいち」
2025年11月15日放送



スポーツ報知
2025年10月27日掲載

愛知県で「サムライ・ニンジャ フェスティバル」開催 S
K E 4 8 ・大村杏、中坂美祐も参加

2025年10月27日 11時30分 スポーツ報知

芸能 # 社会



愛知県観光コンベンション局観光振興課観光振興グループは27日、家族で楽しむ参加型の戦国イベント「サムライ・ニンジャ フェスティバル 2025」を、11月30日に県営都市公園大高緑地若草山周辺で開催すると発表した。

いこーよニュース
2025年10月27日掲載

スマホゲームで新しい合戦体験！デジタル技術を活用した企画



今年は新企画として「スマホで合戦！サムニン・バトル～大高緑地の戦い～」を実施します。スマホアプリ「TRAIN&TRAIN」を使って、徳川家康率いる東軍が豊臣秀長率いる西軍に分かれ、歩数やチェックポイント巡りでポイントを競い合うゲームです。

前哨戦は11月14日から開始され、イベント当日まで事前にポイントを獲得できます。会場では数量限定の記念カードも配布されます。