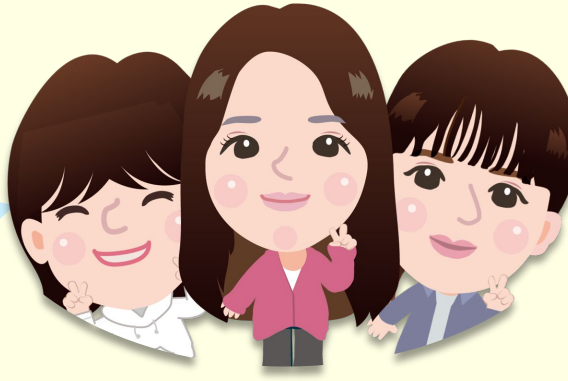


企画番号  
2024-08

# 宇治やんたんライナー・ やんたんライナーコネクト利用促進計画

メンバー：Y220165古川絢奈，Y220192井上想子，Y220194谷口ひとみ

宇治田原町の知られざる魅力を私たちが学んだ情報技術やメディア戦略を活かして発信したい！  
主要交通機関であるバス停をコンテンツポイントとし、情報発信・バスの利用促進を図った！



## 課題

宇治田原町には観光資源が豊富に在るにも関わらず観光客が少ない。  
また、主要交通機関がバスしかなく、生活手段のバスと云うイメージが強い。

## 原因

魅力的な情報発信が個々でされており、情報が散乱して見つけづらい。  
よって、宇治田原町の観光コースや観光プランが計画しにくい。

そこで…「情報技術」×「メディア戦略」×「宇治やんたんライナー・やんたんライナーコネクト」で地域活性化を目指した

### ポイント① 宇治田原町の視察・取材

- ・期間限定運行バスに着目し観光バスの様な形で京阪バスとコラボした
- ・各停留所周辺を中心に飲食店や寺社などの様々なスポットを取材
- ・見どころや歴史等の細かい情報や写真／動画等の素材収集
- ・試食や製茶体験なども行い、身をもってお店の特色や魅力を体験

#### ～効果～

- ・現地取材／体験をすることで、宇治田原町の特色・魅力を肌で実感
- ・現地でしか聞けない貴重な情報を得られた



### ポイント② 特設専用ホームページの制作

- ・現地取材で得た貴重な情報や感じたことを学生目線で紹介
- ・各停留所周辺毎で魅力スポットのカテゴリ分け
- ・宇治田原町のお茶や四季などの停留所周辺以外の魅力を紹介
- ・簡易的な多言語翻訳機能のプラグイン導入

#### ～効果～

- ・観光者かつ若者である私たちの目線で発信することで「行ってみたい」という高揚感を得やすい
- ・外国人観光客も利用が可能のため、インバウンド効果が期待できる

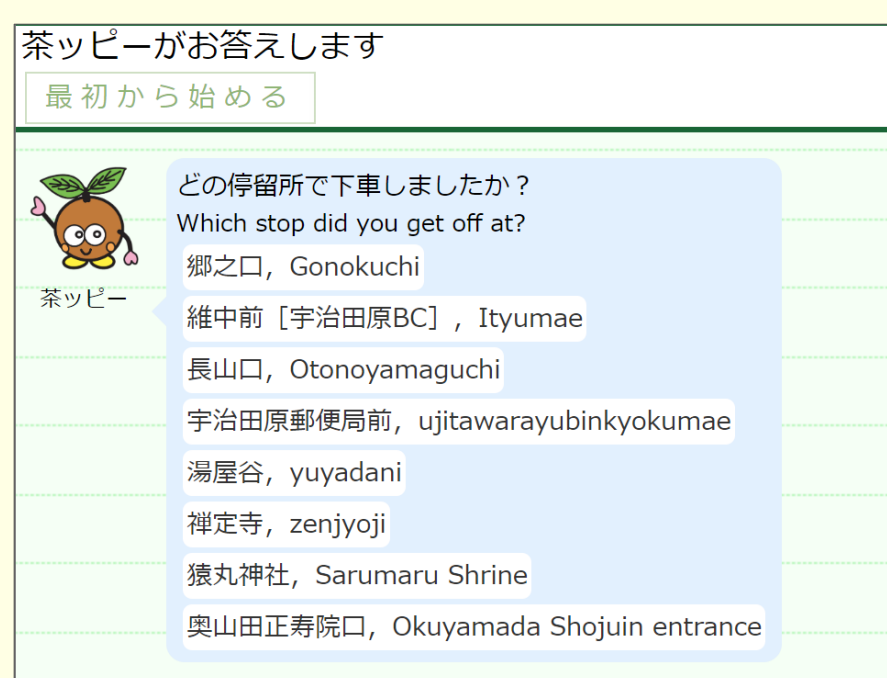


### ポイント③ チャットボットの導入

- ・宇治田原町のキャラクター「茶ッピー」を利用
- ・停留所を選択すると、目的に応じたスポットを提示
- ・キーワード検索を行うと、当てはまるスポットの紹介ページに遷移

#### ～効果～

- ・目的によるカテゴリの為、選択を容易にできる
- ・遊び感覚で触れてもらい、楽しみながらスムーズに観光してもらう

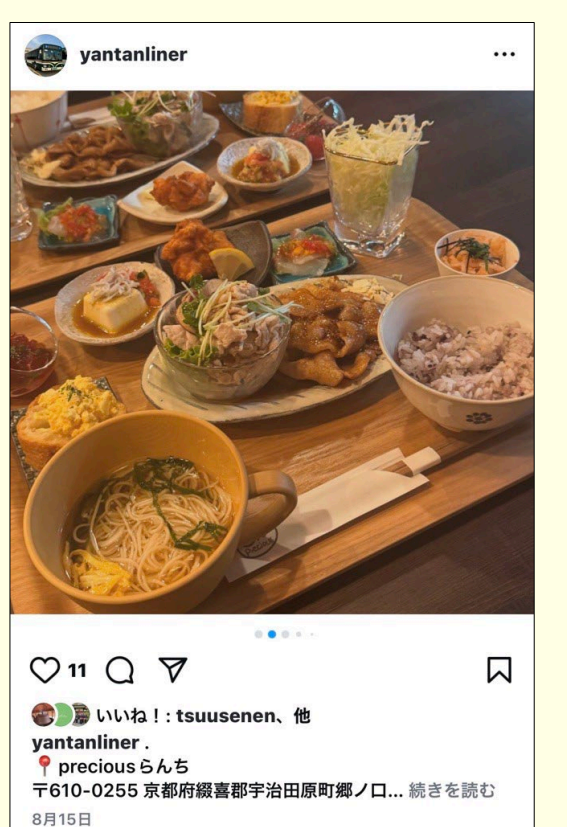
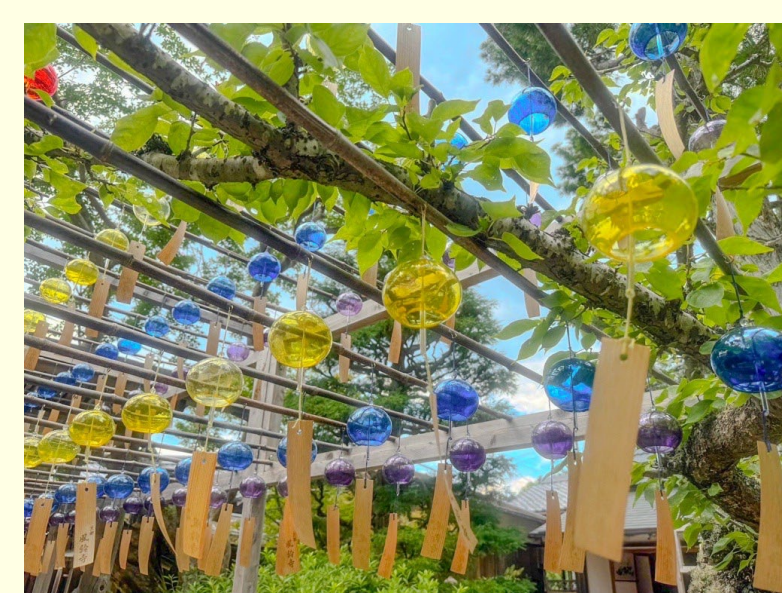


### ポイント④ SNSを利用した情報発信

- ・日常的によく利用するInstagramやX(旧Twitter)を用いての発信
- ・観光者かつ若者である私たち目線で写真やコメントを投稿
- ・お祭りやマルシェなどのイベント情報なども随時発信

#### ～効果～

- ・ハッシュタグの活用により多くの拡散が見込まれる
- ・投稿が世界中の幅広い人の目に留まる
- ・「インスタ映え」などの効果で共感が生まれやすい

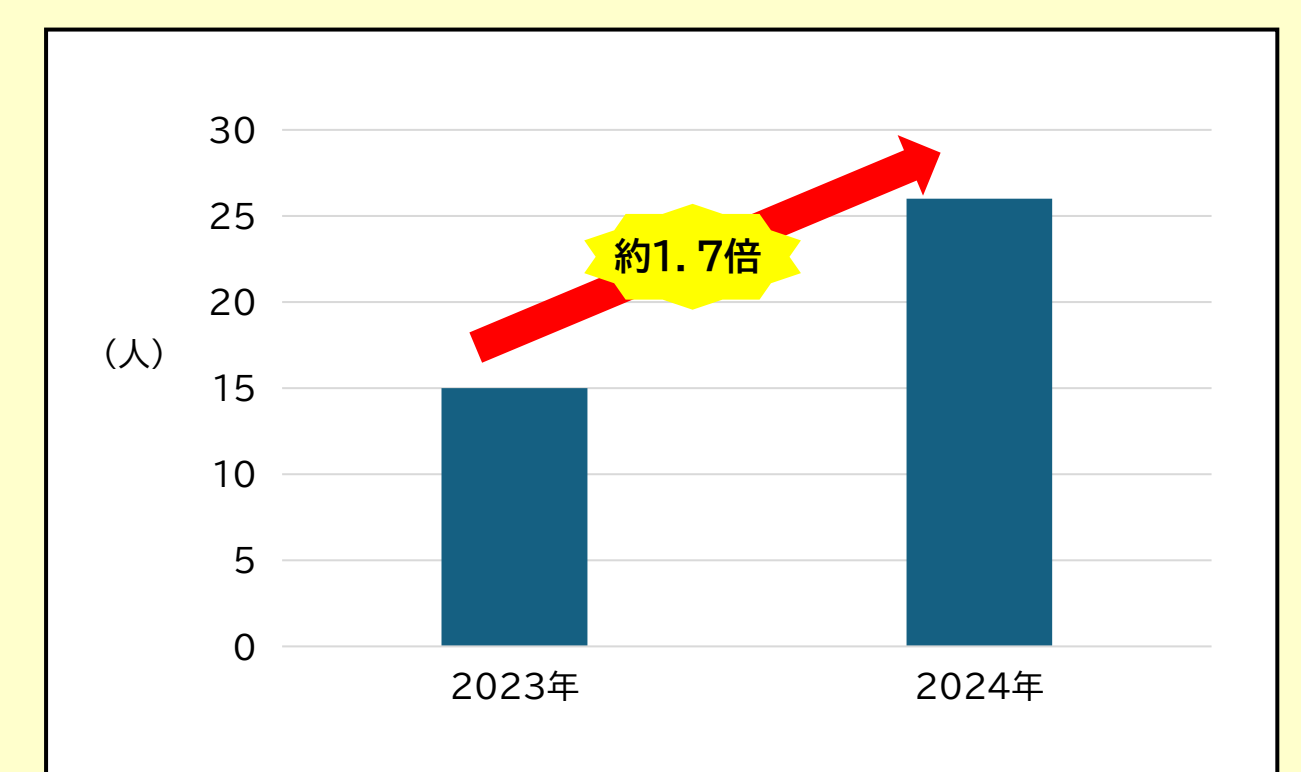


## 結果

前年のバス利用者数と比較すると、1日あたりのバス利用者数は前年と比べ約1.7倍増加！！！！

## 考察

- ・私たちの「情報技術」×「メディア戦略」の効果があったと考えられる
- ・学生が主体となって社会的な取り組みをすることで話題性を生みやすい
- ・新聞や雑誌への掲載、ラジオ出演で私たちの活動を知ってもらえた
- ・メディアに取り上げられることにより「宇治やんたんライナー・やんたんライナーコネクト」があるということが周知された



1日当たりのバス利用者数

提供：京都京阪バス(株)

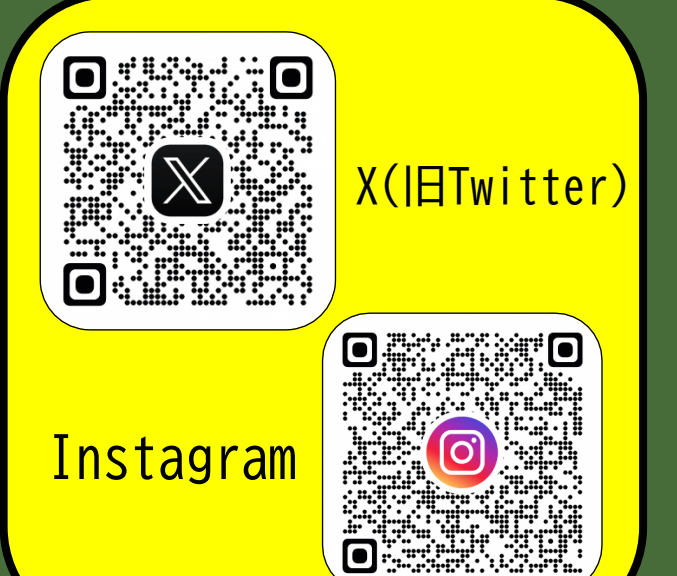
## 展望

今回作成したホームページをページ毎に閲覧数で比較し、閲覧者のニーズを把握することによりホームページの改善を行う。また、360度カメラで撮影した画像を用いて、より臨場感のあるコンテンツを追加する。

宇治やんたんライナーのホームページを更新が容易な形で、宇治田原の方々が継続して情報を掲載していけるようなホームページとして引き継ぐ。



特設ホームページ



## メディア掲載・出演一覧

朝日新聞、読売新聞、京都新聞、洛タイ新聞、時事通信  
FM京都三条ラジオカフェ、京都京阪バス観光案内リーフレット  
K PRESS、月刊茶の間、うじたわら商工祭での活動紹介、大学広報