

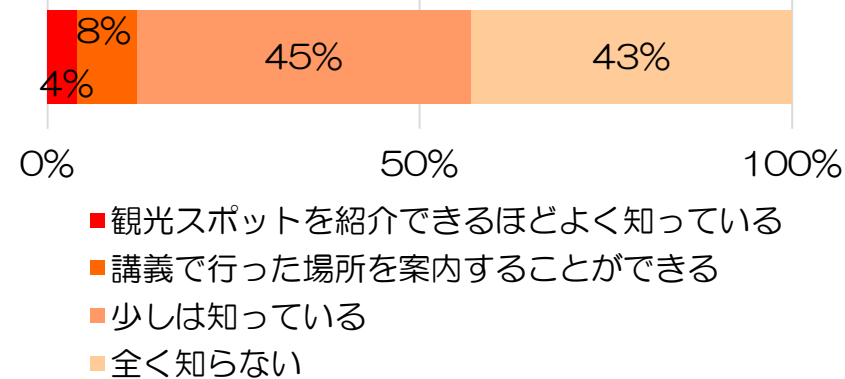
チーム名	今西ゼミ	大学・学部	日本文理大学 経営経済学部	大分ステージ
プラン名称	豊後DEN説 2nd G～みんなで作るフォトコンテストプログラム in 豊後大野			
リーダー名	平川彰悟	テーマ	※選択したテーマに○をつけてください。 (○) ①若者を惹き付ける「観光まちづくり」 ( ) ②訪日外国人を惹き付ける「観光まちづくり」	事務局記入欄
指導教職員名	今西 衛			
メンバー名	日名子瀬名 相川瑞貴 矢田悠馬 財津太一			

豊後大野市の現状  
豊後大野市にはジオパークや、日本1位と2位の石橋などの歴史的建造物、神楽といった伝統文化、ユネスコエコパークなどの地域資源があるにも関わらず、これらが広く顕在化されていない。

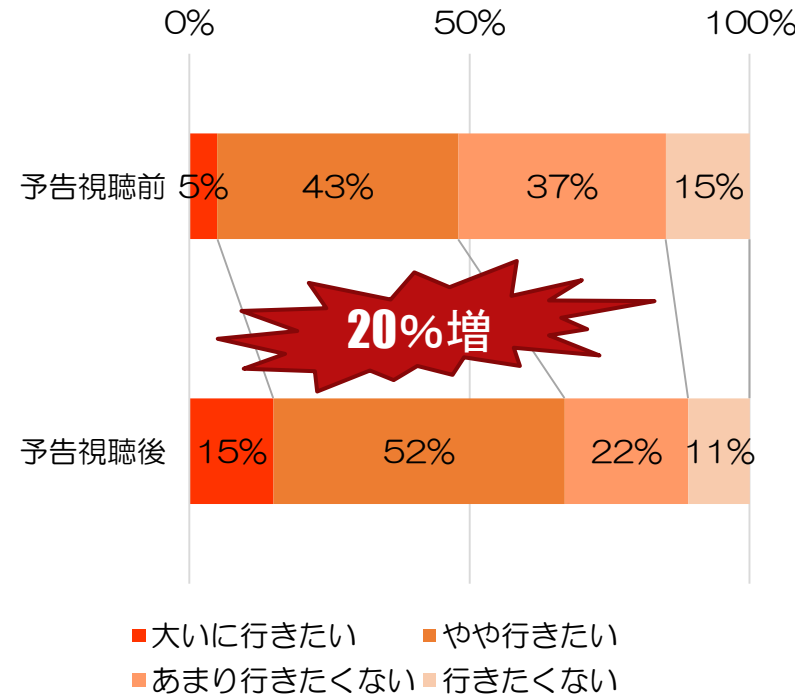
↓  
有効な地域観光資源として生かしきれていない。

動画「豊後DEN説」の説明  
豊後大野市は緑豊かな自然とは対照に、犬飼石仏、地蔵群をはじめ、グレーなイメージが強かった。魅力の再発見とともに色を探していくことを重ね、**竹田、朝地、三重、清川、緒方**で色を取り戻し、さらに7町村が合併した豊後大野市にかけて、虹色の橋を渡すことで、観光による地域活性化を表現した。

日本文理大学経営経済学部1-3年生の豊後大野市の認知度(n=190)



予告編視聴前後の来訪意向の変化 (n=190)



動画を見ていきたくなくなった学生が20%もいる

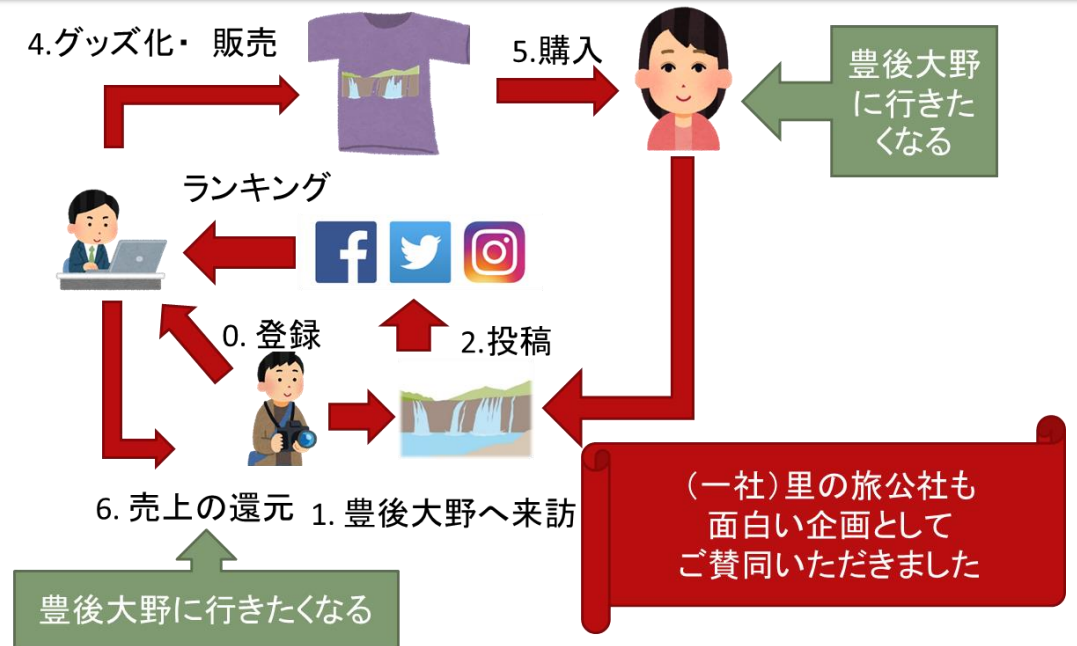
頑張った動画などを作ったが、見る人が増えない

素人の僕たちも、スマホで動画を作ることができる時代  
いろんな人に動画や写真をアップしてもらえる工夫が必要

これまでのフォトコンテストは、期間限定、経費がかかる、周知されていないなどの問題が多い

## みんなで作るフォトコンテストプログラム

YouTube、Facebook、Twitter、Instagramなどの投稿から、イイネ、RT数などを評価ポイント化し、投稿を評価する。投稿された作品の評価ポイント数に応じて、ポストカード、Tシャツなどのグッズとして販売。グッズの売り上げの一部を、投稿者に還元



### 期待される効果

- 動画投稿数が増える
- 動画を撮影するために豊後大野を訪れる。
- 豊後大野の新たな発見が見つかるかも！
- その中からキラコンテツが生まれるかも！
- 投稿者は地域貢献するだけでなく、謝礼などにより、よりよい投稿を目指そうとするインセンティブも
- 若者124万人×行きたい人20%×支出額6775円 = 168億円/年