

RIETI BBL セミナー



G1 company

XRによるデジタル表現とSBNRエコノミーが変える観光と地域づくり
デジタル体験と「納得・共感・つながり」の時代へ

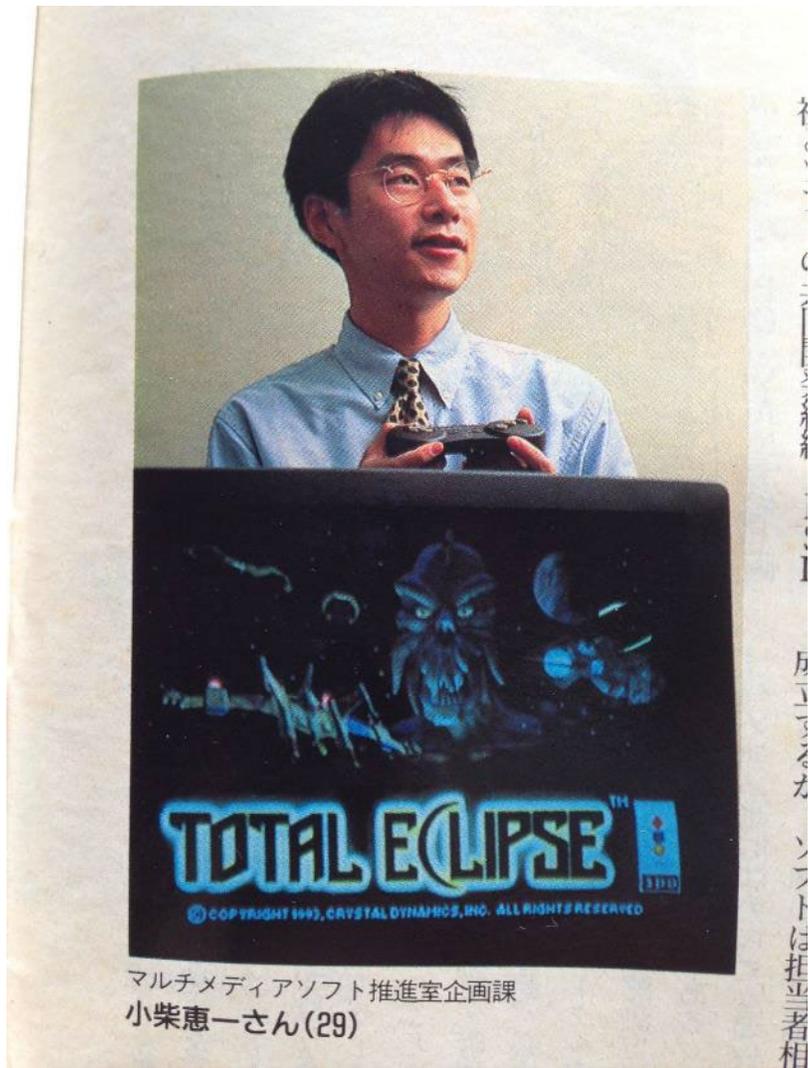
2026.2.26

G1 company, Inc.

CEO 小柴 恵一

経歴 : 1989年 Panasonic(当時松下電器産業)に入社

➤ デジタル家電(ハード)の魅力を引き出すソフト・サービス事業企画部門に所属



**National
Panasonic**



「ハード」と「ソフト」は車の両輪



VTR収録リスト

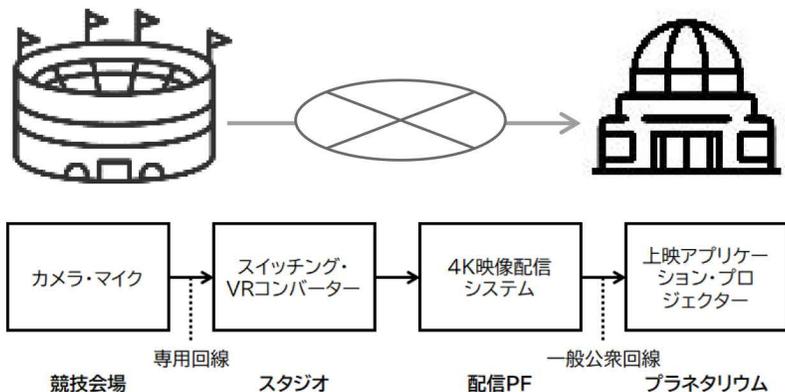
浅野ゆう子	河合奈保子	松本伊代
飯島直子	香坂みゆき	松本典子
石川秀美	酒井法子	森口博子
石野真子	西田ひかる	山瀬まみ
岡田奈々	早見優	芳本美代子
岡本夏生	細川ふみえ	渡辺美奈代
荻野目洋子	堀ちえみ	他豪華キャスト

経歴：東京2020組織委員会にて臨場感ドーム映像配信をプロデュース

▶ オリンピック・スポーツの「臨場感」をプラネタリウムに史上初※1の配信・上映に成功

✓ 無観客のオリンピック会場に対し、全国会場・特別支援学校で有観客のスポーツ臨場感体験

システム全体構成



上映

一般向け： 4会場
 関係者向け： 4会場 } 計8会場

上映の様子



撮影

対象競技
開閉会式
3x3バスケットボール
バレーボール
バドミントン
スポーツクライミング



自治体	上映場所
葛飾区	葛飾区郷土と天文の博物館
府中市	府中市郷土の森博物館
飯田市	飯田市美術博物館
福井市	福井市自然史博物館分館
つくば市	つくばエキスポセンター
福岡市	福岡市科学館
石垣市	いしがき島 星ノ海プラネタリウム
-	日本科学未来館

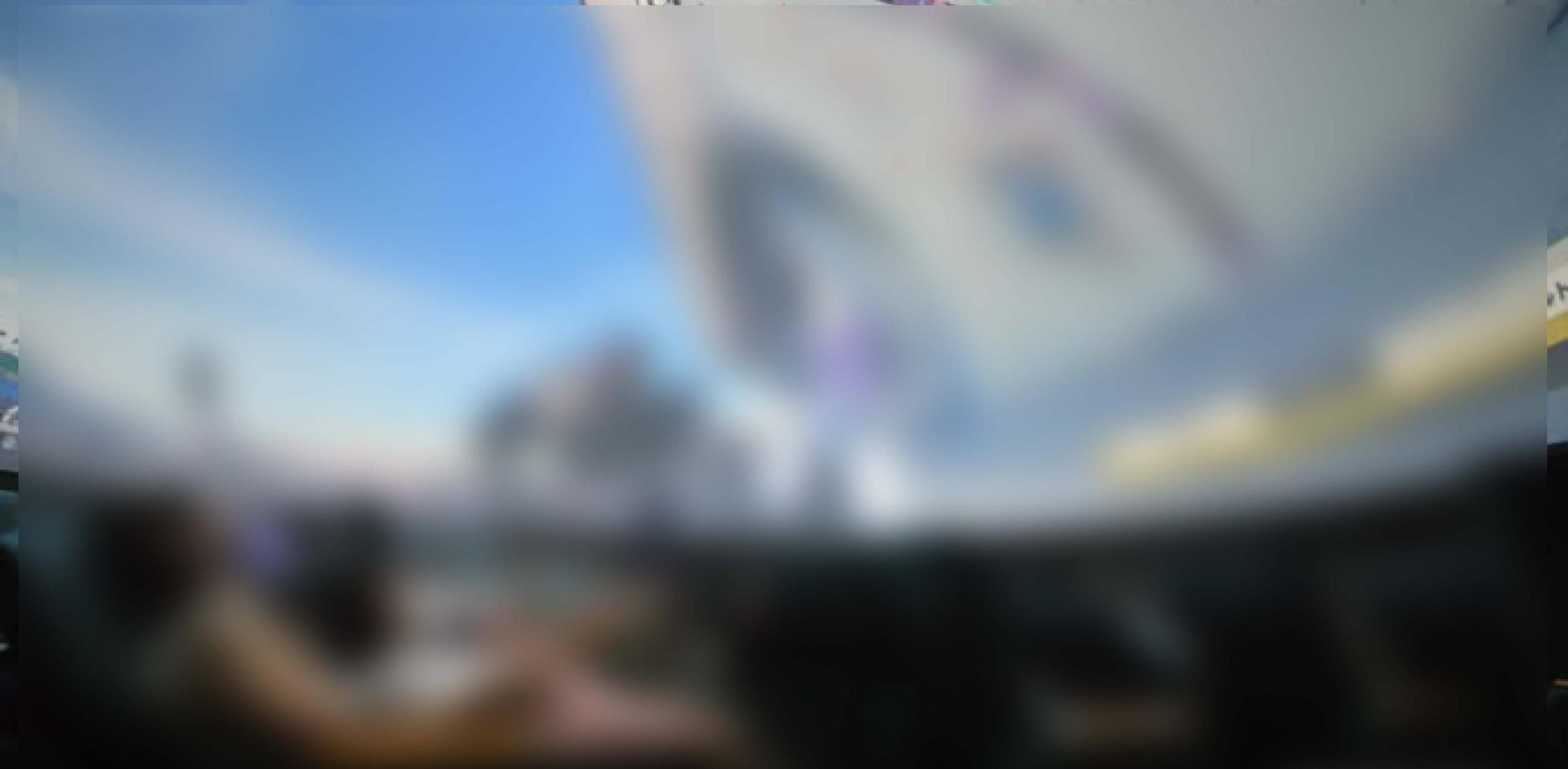
観戦者

一般向け： 851名 ※本映像は東京都内特別支援学校
 関係者向け：118名 5箇所でも上映

※1:東京2020組織委員会調べ(調査は、当委員会アドバイザーである和歌山大学尾久土教授(当時)のご協力のもと実施)

（参考資料） バドミントン

(参考資料) スポーツクライミング



(参考資料) 3x3 バスケットボール

起業のきっかけ：スポーツの臨場感から観光の臨場感へ

- スポーツの臨場感だけでなく、**観光**の臨場感にも適用できる可能性
 - ✓ 一枚の写真：「**特別支援学校**の生徒さん」が、スクリーンを前に記念撮影（競技会場に**行った記念**？）
 - ✓ 体育館に仮設ドームを設置し、普段、行きづらいスポーツ観戦を身近な場所で体感



経歴 : 2021年起業(会社概要・フィロソフィー)

社名	株式会社 G1 company 「元気が一番」	設立	2021年10月8日
従業員数	代表取締役 小柴 恵一 (代表のみ1名)	資本金	950万円
概要	デジタル観光ソリューションを提供する体験プロデュースカンパニー		
主要関係先	和歌山大学、名古屋大学、関西テレビ放送株式会社、株式会社ウエストワン、阪急交通社、パナソニック映像株式会社、電通ライブ株式会社、東日本電信電話株式会社、株式会社eje、大阪産業局、大阪観光局、新上五島町観光物産協会		
会員・資格等	<ul style="list-style-type: none"> ・和歌山大学公認 和歌山大学発ベンチャー企業 ・HP VRソリューションパートナーシップ メンバー 		
本社	〒531-0072 大阪府 大阪市 住之江区 安立 4-3-3		
コンタクト	https://genki-1.com / e-mail kossi@genki-1.com		



- ✓ 2020年、パンデミックにより世界は分断されました。
- ✓ しかし、逆にデジタル・ネットワークにより強くつながるきっかけとなったと思っています。
- ✓ G1 companyは、距離と関係なくつながる新しい形の一つの地球を目指します。



- ✓ 音楽のグルーブは、本来レコードの溝という意味でした。
- ✓ しかし、この溝は他者を阻害する壁ではなく同じ目的へと向かう一本の道だと思っています。
- ✓ G1 companyは、様々な個性の組み合わせで、新たな一つのうねりを創ります。



- ✓ 西麻布にあった「ふじやま」という日本料理屋に昔よく通っていました。
- ✓ そこにあった「元気が一番」というはがきサイズの書が今でも一番大切な言葉として残っています。
- ✓ G1 companyは、二つとないそれぞれの元気をまず第一に考え、大切にします。

観光産業の変遷(19世紀の誕生から2020年代の再定義へ)

19世紀：観光産業の誕生



1830年代：写真の発明

世界最古の写真技術「ダゲレオタイプ」が、風景を記載し伝えることを可能にした。



1830年：蒸気機関車の商業化

ロケット号の登場により、人々が世界中を速やかに移動できる基盤が整った。

2020年代：新しい観光の幕開け



XRによる臨場感と欲求の向上

圧倒的な没入感を通じて、現地へ行きたいという意欲を劇的に高める。

AIによる観光体験の高度化

個人の嗜好を分析する「観光コンシェルジュ」として、より機動的な体験を提供する。

VR業界の現状トピックス

➤ VRは、オワコンではなく、ハードもコミュニティも徐々に日常化へ進んでいる

- ✓ハード VR安定期、VR一辺倒から、**ARグラス**  にシフト ※技術革新と共にVR本格化へ
- ✓コミュニティ **ゲームのVR化**と、他メディアからの流入により、**ビギナーユーザーの増加**へ
- ✓エコノミー **クリエイティブエコノミー**の成長(ワールドギミック、アバター、等の販売)

(ハード)

- ・Quest出荷数は2021年をピークに安定化
- ・原因はブーム一過(→価格の見直し)



- ・Quest3(154千台)がSwitch2より販売数を4千台上回った
- ※米国Amazonの販売ランキング(直近30日)



(コミュニティ)

- ・VRChatユーザーは毎年成長(同時接続数(CCU)の推移・増加)
- ・2023元旦 約 92,319人
- ・2025元旦 約136,567人
- ・2026元旦 約148,886人



・「スタンミ」効果

YouTuberがVRChatを実況、それを観て、フォロワーがユーザーに

- ・Vtuber事務所「ホロライブ」参入メタバースイベントを開催

・「超かぐや姫」効果

メタバースを題材にしたNetflixアニメがヒット、劇場公開→メタバースでのworld構築など増殖

(エコノミー)

- ・収益源としては、下記のような種別がある(B2Bの受託ビジネスからB2Cへ)
- ①アバター(ワールド・ギミック)販売 3,000円~10,000円超まで (大丸松阪屋が参入)
- ②ワールド内サブスク販売 会員制の特別な場所・機能の販売
- ③イベント収入 リアルでは実現不可能の高付加価値イベント (Vtuber、サンリオ)

➤ 現状の各国の状況と対策

限界を迎える観光地：オーバーツーリズムの3大課題



生活インフラの圧迫
混雑・騒音



居住性の毀損



文化資産の劣化

**バルセロナの家賃は
10年で68%上昇**
観光需要による住宅価格への圧力が、
住民の生活を直接的に脅かしています。

世界の先進対策：量から質への転換

課金による「価格政策」の導入



ヴェネツィア
日帰り客への入域課金
2024年実績で約48万人が支払い、
225万ユーロの収入



バリ島
観光税
金銭的負担で流入を制御

物理的な「数量制限」と「用途制限」



ドゥブロヴニク
世界遺産旧市街の許容量管理
旧市街の同時滞在人数を
「8,000人」以下に抑える基準



バルセロナ
短期賃貸（民泊）の廃止方針
2028年までに10,101戸の
合法ライセンスを原則終了

ユニバーサルツーリズム課題の解決に向けたVR活用

- 物理的な**バリアフリー**の実現には大きな**壁**があり、ソフト面・デジタルでの**転換**に期待
 - ✓ 障がいの種類、レベルによっては、十分に自由な体験を楽しむことが可能
 - ✓ 電動車いすの移動レバーはVRゴーグルのコントローラー操作と同じ感覚

物理的対策の限界と構造的課題

加速する高齢化と巨大な潜在市場



物理的・コスト的障壁の壁

物理的対策からVR対応への転換の可能性



見えてる/見えてないと言った意思疎通ができれば体験できる。スティック動かしたら景色が進むのは楽しい、子供の反応が見たい。VR酔いした。スティックの形状は工夫が必要。



意思疎通が取れる
×
軽度障がい

大阪・関西万博での取り組み
～ 未来社会の実験場にて ～



八戸

夜の地球 Earth at Night
Traditional Light

星の広場
Sky Plaza



➤ 6台のVRゴーグルで常時360度動画を再生

✓ VRゴーグルを吊り下げ、**オペレーション**を**簡単**にする仕掛け(髪型を気にせず360度を見まわせる)



VR映像を全国58自治体172か所で撮影

➤ LEDルーム、VRルームにて上映用のVR映像を半年間で撮影

✓ 全国に撮影部隊(ディレクター・カメラマン)を組織化し縦断的に撮影を敢行

#	都道府県	自治体	撮影地
1	北海道	ニセコ町	ニセコアンヌプリスキー場
2	北海道	ニセコ町	尻別川 川下り
3	北海道	ニセコ町	ニセコグランドホテル
4	北海道	松前町	松前公園
5	北海道	松前町	松前城
6	北海道	松前町	松前藩屋敷
7	北海道	鶴居村	タンチョウサンクチュアリ
8	北海道	鶴居村	TSURUI Sauna & Cabins
9	北海道	鶴居村	クラフトビール工場
10	北海道	雲海町	ホタテ漁(礼文漁港)
11	北海道	豊浦町	JR小樽駅
12	北海道	豊浦町	豊浦いちご
13	北海道	幌加内町	ほろたちスキー場
14	北海道	幌加内町	蕎麦打ち体験
15	北海道	幌加内町	ワカサギ釣り(幌加内町字朱鞠内)
16	福島県	-	ただみ・ブナと川のミュージアム
17	福島県	-	只見線(景色と外の様)
18	福島県	-	只見線(車内からの景色)
19	福島県	田村市	永泉寺のサクラ・大聖寺のペニンシダレ・中原の雑草き桜・弁天リクラ・小沢の桜・大滝根河畔の桜並木
20	福島県	田村市	あぶくま洞・入水鍾乳洞
21	福島県	田村市	お人形様・安倍文殊菩薩堂の杉並木
22	群馬県	東吾妻町	吾妻峡 トロッコ自転車(アガタン)
23	群馬県	東吾妻町	吾妻峡
24	群馬県	東吾妻町	密岩神社/箱島湧水
25	神奈川県	小田原市	小田原港
26	神奈川県	小田原市	江之浦郵便所
27	神奈川県	小田原市	小田原城
28	栃木県	-	菟殿滝・中禅寺湖
29	栃木県	-	若山農場(宇都宮)
30	栃木県	-	鹿の湯
31	静岡県	熱海市	さくらや旅館
32	静岡県	熱海市	栗岡神社
33	静岡県	熱海市	観水公園・熱海海上花火大会
34	愛知県	名古屋市中区	名古屋城エリア
35	愛知県	名古屋市中区	栄エリア
36	愛知県	名古屋市中区	リニア鉄道館・レゴランド
37	岐阜県	高山市	飛騨の自然
38	岐阜県	高山市	飛騨の歴史
39	岐阜県	高山市	飛騨の文化
40	石川県	加賀市	山代温泉
41	石川県	加賀市	川床体験/片山津温泉
42	石川県	加賀市	山中温泉
43	石川県	七尾市	和倉温泉お祭り会館
44	石川県	七尾市	山の寺寺院群・花嫁のれん館
45	石川県	七尾市	和倉温泉

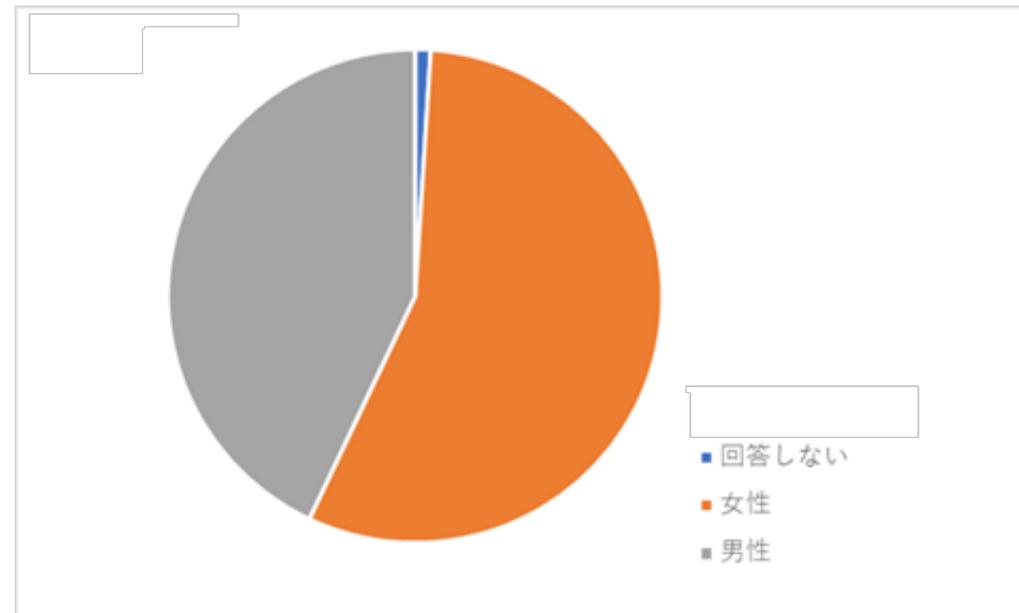
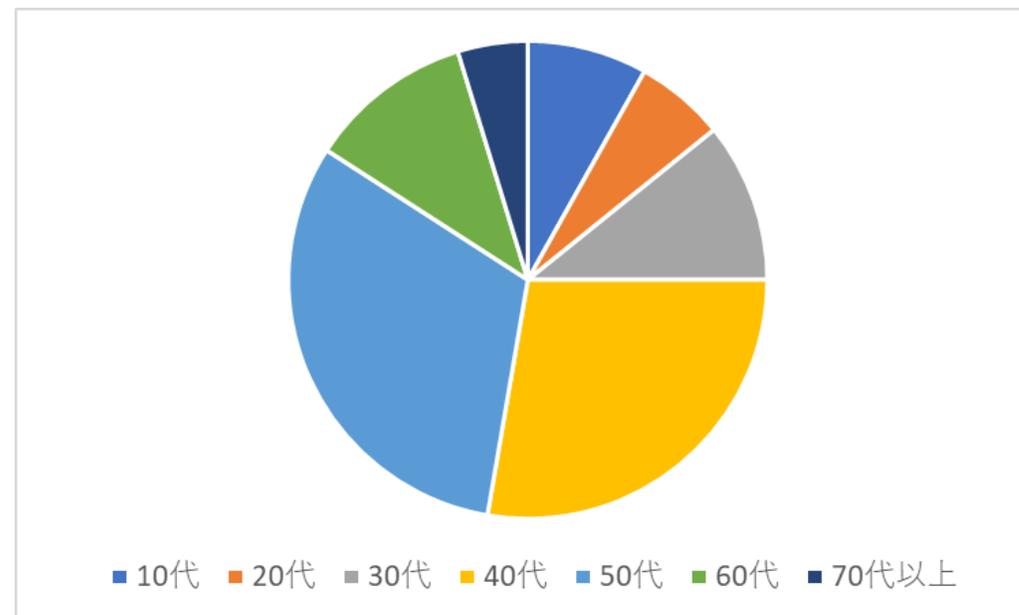
#	都道府県	自治体	撮影地
46	石川県	輪島市	輪島ピアノ演奏
47	富山県	南砺市	井波彫刻総合会館
48	富山県	南砺市	瑞泉寺
49	富山県	南砺市	合掌造り
50	福井県	坂井市	東尋坊周辺
51	福井県	坂井市	丸岡城
52	福井県	坂井市	竹田の里
53	福井県	若狭町	二方五湖レインボーライン
54	福井県	若狭町	黒川橋
55	福井県	若狭町	瓜割の滝
56	福井県	美浜町	二方五湖(みかたごこ)
57	福井県	美浜町	鸚鵡推進遊覧船
58	福井県	美浜町	二方五湖周辺のリサイクル
59	京都府	京丹後市	丹後半島周辺
60	京都府	京丹後市	金比羅神社
61	京都府	京丹後市	竹野漁港
62	三重県	多気町	食と自然の恵み
63	三重県	多気町	歴史を嗜む
64	三重県	多気町	VISON
65	三重県	名張市	春日四十八滝
66	三重県	名張市	名張の文化
67	三重県	名張市	青葉寺ダム
68	滋賀県	甲賀市	忍者の集会所と鼓
69	滋賀県	甲賀市	地域に根づく歴史
70	滋賀県	甲賀市	東海道の歴史
71	大阪府	羽曳野市	普門八幡宮(こんだはちまんぐう)
72	大阪府	羽曳野市	翠鳥園遊楽公園(すいちょうえんいせきこうえん)
73	大阪府	羽曳野市	錦狭山西崎古墳(はちぶせやまにしみねこふん)
74	大阪府	岸和田市	岸和田城
75	大阪府	岸和田市	岸和田だんじり会館
76	大阪府	岸和田市	入威徳寺
77	大阪府	堺市	さかい利島の社(さかいりしょうのもり)
78	大阪府	堺市	根並刃物製作所
79	大阪府	堺市	堺日海と堺イルミネーション
80	大阪府	泉大津市	泉六郎神社
81	大阪府	泉大津市	なぎさ公園 ベイエリア
82	大阪府	泉大津市	池上普賢寺生学習館 池上普賢史跡公園
83	大阪府	池田市	久安寺
84	大阪府	池田市	五月山公園
85	大阪府	池田市	池田城跡公園
86	大阪府	東大阪市	石切稲荷神社
87	大阪府	東大阪市	東大阪市花園ラグビー場
88	大阪府	東大阪市	生駒山
89	大阪府	八尾市	富安山 近鉄西信員ケーブル
90	大阪府	八尾市	紫石塚古墳
91	大阪府	八尾市	八尾空港

#	都道府県	自治体	撮影地
92	大阪府	岬町	とっとパーク小島
93	大阪府	岬町	船守神社
94	大阪府	岬町	連智院エリア
95	奈良県	-	新薬師寺
96	奈良県	-	富麻寺
97	奈良県	-	川上村とその周辺
98	奈良県	宇陀市	室生寺
99	奈良県	宇陀市	室生山上公園 雲霧の森
100	奈良県	宇陀市	松山地区の墓仏壇
101	奈良県	桜井市	大神神社
102	奈良県	桜井市	長谷寺 聖林寺
103	奈良県	桜井市	長谷寺 談山神社
104	奈良県	奈良市	東大寺 春日大社 興福寺 元興寺
105	奈良県	奈良市	唐招提寺 法興寺 平城宮跡
106	奈良県	奈良市	春日山原始林 円成寺 柳生一乃石 月ヶ瀬森林
107	奈良県	平群町	伝言山 藤原寺
108	奈良県	平群町	嵯峨川谷
109	奈良県	平群町	橘井城跡
110	奈良県	明日香村	石舞台古墳等
111	奈良県	明日香村	国宮飛鳥歴史公園
112	奈良県	明日香村	高寺・飛鳥寺
113	兵庫県	丹波篠山市	河原町裏入商家群・下地山まけきらい稲荷 武家屋敷安国寺史料館・篠山城跡・大宮院甲冑体験
114	兵庫県	丹波篠山市	黒豆(小田垣豆堂)・いちご(大内農業)・ヤマノイロ(やまゆ)・ぼたん鍋と近又
115	兵庫県	丹波篠山市	ホーストレッキング・サイクリング(八上地区)・丹波城
116	和歌山県	新宮市	御嶽・桑ノ木の浜・新宮城
117	和歌山県	新宮市	熊野速玉大社・神倉神社
118	和歌山県	新宮市	王子ヶ浜・孔島・鈴島
119	和歌山県	白浜町	海中撮影
120	和歌山県	白浜町	アドベンチャーワールド
121	和歌山県	白浜町	千畳敷
122	島根県	松江市	松江城・堀川遊覧船
123	島根県	松江市	赤迫湖
124	島根県	松江市	赤志園
125	島根県	雲南市	神楽の宿・出雲神楽
126	島根県	雲南市	須我神社・曹谷たたら山内
127	島根県	雲南市	龍頭が滝・妻伊川防犯桜並木・朝い橋
128	岡山県	倉敷市	歴史ある建築ツーリズム
129	岡山県	倉敷市	瀬戸大橋と周辺
130	岡山県	倉敷市	工場夜景
131	広島県	福山市	福山城(周辺)
132	広島県	福山市	バラ公園
133	広島県	福山市	鞆の浦(周辺)

#	都道府県	自治体	撮影地
134	徳島県	海陽町	海の恵み
135	徳島県	海陽町	山の恵み
136	徳島県	海陽町	人の恵み
137	愛媛県	宇和島市	みかん畑
138	愛媛県	宇和島市	空戸岬
139	愛媛県	宇和島市	闘牛場
140	愛媛県	松山市	道後温泉
141	愛媛県	松山市	松山城
142	愛媛県	松山市	松山市立子規記念博物館 坊っちゃん列車
143	高知県	-	龍河洞
144	高知県	-	日曜市場
145	高知県	-	よさこい祭り
146	高知県	香南市	冬の豊祭(赤岡)
147	高知県	香南市	大塚者・手結湯の可動橋・ヤ・シィパーク
148	高知県	香南市	弁天堂のいちご動物園
149	高知県	室戸市	室戸岬
150	高知県	室戸市	姫御崎寺・御蔵洞・津原寺・金剛頂寺
151	高知県	室戸市	世界ユネスコジオパークと周辺
152	長崎県	新上五島町	定置網
153	長崎県	新上五島町	頭ヶ島大正堂・青砂ヶ浦大正堂・中ノ浦教会
154	長崎県	新上五島町	上五島空港展望台・頭ヶ島天上寺
155	宮崎県	-	高千穂峡エリア
156	宮崎県	-	日向市エリア
157	宮崎県	-	日南エリア
158	熊本県	-	熊木城
159	熊本県	-	熊ヶ池公園
160	熊本県	-	草千里ヶ浜/阿蘇草千里乗馬クラブ/阿蘇山
161	鹿児島県	奄美市	マンローブと植物(自然)
162	鹿児島県	奄美市	大島船村・弥生酒造・島興
163	鹿児島県	奄美市	あやまる岬展望台・大浜海浜公園・打出原海岸
164	鹿児島県	天城町	前野屋製粉・天城垂懸山道・漁港からの寝姿山
165	鹿児島県	天城町	ワンピキ・犬の門番・ムシロ湖
166	鹿児島県	天城町	与名門海浜公園海水浴場・漁港
167	鹿児島県	伊仙町	ダイナミックな絶景/人田布岬
168	鹿児島県	伊仙町	樹齢300年ガジュマル
169	鹿児島県	伊仙町	うとうじの滝
170	沖縄県	北中城	中村家住宅
171	沖縄県	北中城	あやかりの村とその周辺
172	沖縄県	北中城	中城城跡

実施結果

- コンテンツ総上映回数(LED)
✓ 85,340回
- 総参加者数(のべ人数)
✓ LEDルーム視聴者数 = 33,328人
- 参加者属性
 - ✓ 年代層 = 40～50歳代で過半
 - ✓ 女性 > 男性
 - ✓ 国内 = 97%
(万博来場者より、国内比率が高い)
 - ✓ 大阪 = 47%
 - ✓ 海外は欧米の比率が高い
- 求める観光意識
 - ✓ どのような気持ちになりたいか
 - ✓ 第1位
「心を癒したい・リセットしたい」 = 26%



リサーチ結果(観光PR効果についての検証)

➤ 調査

✓ サンプル数 = 298人(代表者だけでなく視聴者全員(日本人のみ)にリサーチ

➤ 評価(満足度調査)

(低 1⇔5 高)

✓「この体験を通じて**実際の観光地**に行きたくなった」

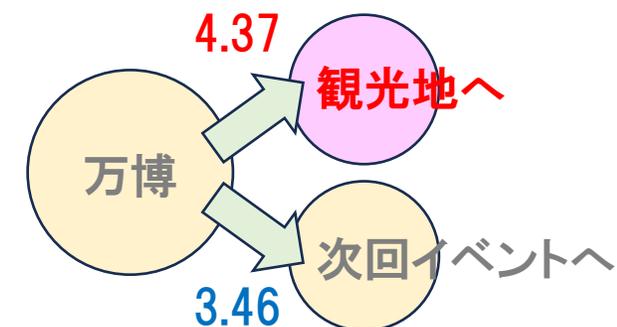
4.37

✓「この体験を通じて観光地の雰囲気や魅力を理解できた」

4.31

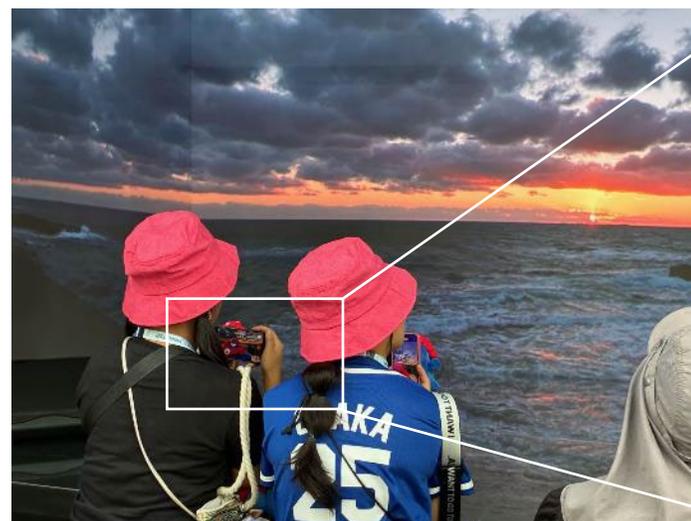
✓「今後、**同様の観光映像体験イベント**に参加したいと思う」

3.46



➤ 二次的なPR効果

✓「ぬい撮り」「自撮り」により、単なる観光行動の**2度・2倍**(疑似体験+リアル)のPR効果呼び込む

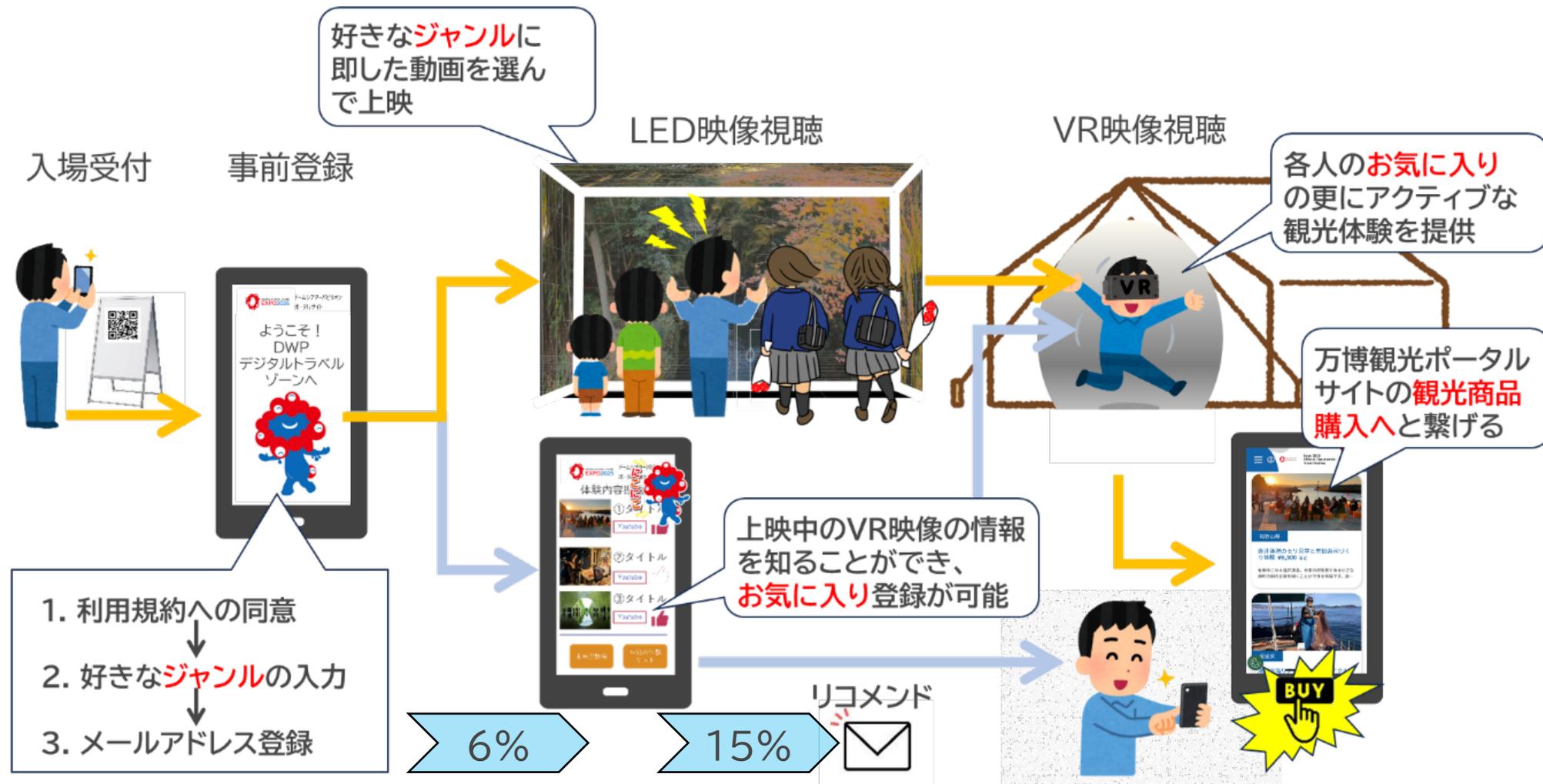


記念に動画撮影される方が多数
G1 company

ミャクミャクを旅に行かせているような動画を撮影しているお客様

送客ソリューションのトライアル

- スマホによる**入場受付**を行うことで**リサーチ**～**リコメンド**を実施
 - ✓ 視聴者には、観た映像の観光地情報を提供と観光商品購入を誘導することが可能に

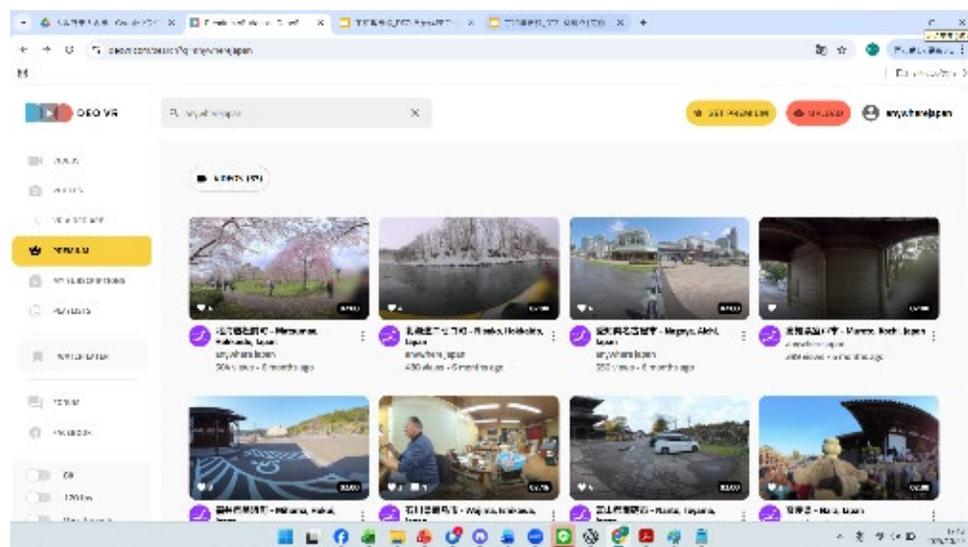


➤ 制作された映像はリアルイベント会場での体験だけでなく、広く公開し**有効活用**

✓ 各種プラットフォームにコンテンツを多面展開

- YouTubeVR 6,760回再生 スマホにアプリを入れている場合、360°を見渡す体験を**スマホで可能**
- DeoVR 16,399回再生 VRゴーグルを保有していれば、**世界中どこからでも**VR体験を行える
※ YouTubeよりもアクセス数は**約3.2倍**(VRで景色を観たいコア層にリーチしやすいプラットフォーム)
- メタバース(VRChat) 映像を観ながら、**友人**や**現地**の人と**親密**な旅行体験ができる(=バーチャルトラベル)
※ 会期中に延べ2,820人が来訪し体験

✓ 会場では、当日のプレイリストを提供、簡単に動画で見直す(復習する)ことができる



DeoVR



バーチャル万博

観光行動に至るPR手法と観光客の行動変化の可能性

- 観光PRは、マスメディア(発信型)→SNS(共有型)→バーチャル(体験型)へと変化
 - ✓ 従来は、演出されたCM等の大量の露出により、観光地のブランド化を行い、憧れの観光を提供
 - ✓ 個人同士の情報シェアの時代となり、信頼ある個人の情報や自身の承認欲求により、観光を行う傾向
 - ✓ アクティブでバーチャルな疑似体験にて、真に行きたい欲求を発見、バーチャルとリアルを行き来する

発信型：マスメディアによるブランディング



共有型：SNSによる信頼と共感



体験型：バーチャルによる疑似体験



バーチャルな体験からリアルな旅へ：メタバースが促す新時代の観光行動

ステップ1：バーチャル空間での体験と衝動

フォトグラメトリによるVR体験

1800年の歴史を持つ温泉地をVRで巡り、事後アンケート等で関心を深める。



「再確認・追体験」したいという衝動

楽しかった場所を実際に見てみたいという強い動機がバーチャル体験から生まれる。

ステップ2：リアルへの行動変容と拡散

4月30日
メタバース
体験

5月4日
現地訪問

バーチャル体験のわずか4日後に現地訪問

4/30のメタバース体験から、5/4には実際の温泉地への旅行を実現。



「聖地巡礼」に近いコンテンツツーリズム

自分が主役となったバーチャル体験の地を訪れる、新しい形の観光スタイル。



現地でのリアルな交流とSNS発信

現地スタッフとの交流や、メタバースにはない食事体験をSNSで共有し、さらなる話題を生む。



次世代観光案内所
anywhere cafe

anywhere cafe : リアルとバーチャルがクロスオーバーするコミュニティ

➤ 実店舗ビジネス展開とメタバース集客を組み合わせ、次代の観光PRと実販売を実践

リアル店舗（大阪）：観光体験を販売する拠点

- 次世代のアンテナショップ「anywhere café OSAKA」
2023年6月にオープンし、実際の店舗として観光体験の販売を行うビジネス拠点です。
- 現実世界での直接的な観光ビジネス展開
古民家風の外観を持ち、リアルな場所から新しい観光の形を提案します。

バーチャル店舗（メタバース）：疑似体験から誘客へ

- 累計来訪者数20,000名を突破したメタバース拠点
2023年1月の開設以来、多くのユーザーが仮想空間上の店舗を訪れています。 **20,000名**
- 疑似体験を提供する「次世代の旅行カウンター」
バーチャルでの体験を通じて、リアルな観光への意欲を醸成するPR拠点として機能します。



anywhere café.

インスタントハウス イマーシブ

-簡単に個室空間をリッチに演出-



数時間で完成する仮設「インスタントハウス」をさらに進化。特別なプロジェクションシステムにより、キャンプサイトや災害時の仮設住宅内に、VR映像で癒しの空間演出を行います。

テント生地内部にウレタンを吹き付けた構造（外径4.3m、5m、6m）は設置時間が短く、構造的な耐性や耐熱性も、EXPO2025にて証明されているGOOD DESIGN商品です
※インスタントハウスは(株)LIFULL ArchiTechの商品です

本製品についてのお問い合わせは、<https://anywherecafe.net> からお願いします

anywhere café.

VR双眼鏡

-雨天・平地・屋内でも絶景を-



装着に抵抗感のあるVR体験も、昭和な双眼鏡なら自然に。観光地の魅力にいつでも（雨天）どこでも（平地・屋内）触れて頂けます。映像の場所・季節を元に、リピート化を狙えます。

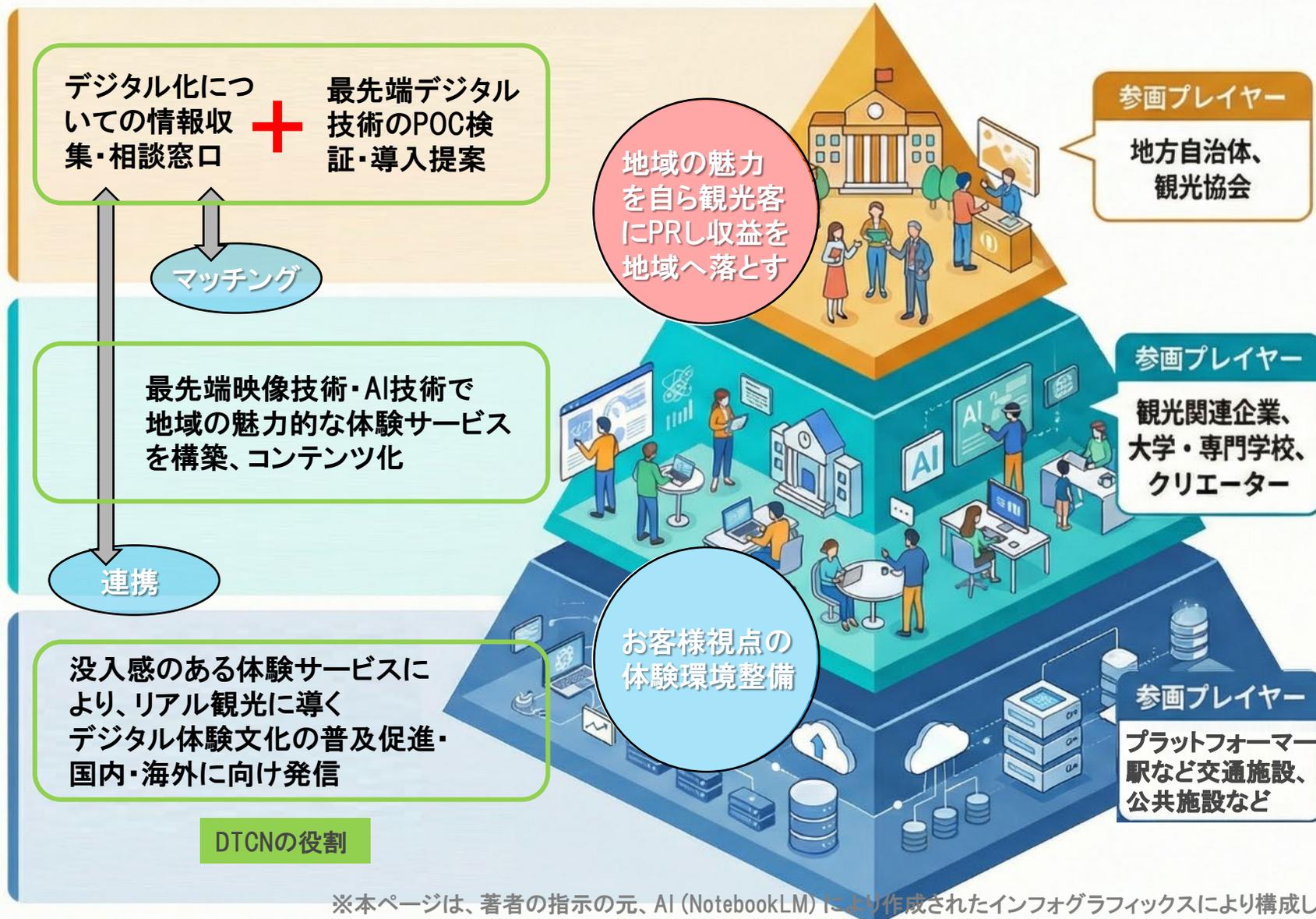
筐体内にVRゴーグル（+VR映像再生アプリ）を埋め込んだセット販売（高さ調整・料金箱設置も可能）
VR映像提供・制作もオプション対応いたします
※本製品は関西テレビ放送(株)とのコラボ商品です

本製品についてのお問い合わせは、<https://anywherecafe.net> からお願いします

今後のデジタル観光展望

(一社)デジタル観光共創ネットワーク(DTCN)(仮)の2026年春設立について

➤ 個人と地域が結ばれる次代のデジタル観光PRの創出によりリアル観光客を呼び込む



DTCNが提供する価値と解決策

【現状の課題】

魅力的な観光地の本当の価値を知らせることが難しい(現行のインフラの活用では伝わらない)

【DTCNが提供できる価値】



会員費無料のオープンな連携ネットワーク



AI・XR技術の掛け合わせによる商品普及



観光課題を解決するプラットフォーム

様々なプレイヤーが参画、リアル×バーチャル連携での体験サービス化することで、次代のリアルへの送客の流れを生み出す

本日、お話しいたしました内容に沿って
共に、新次代の観光産業を立ち上げていきたいと考えております。
ご関心おありのみなさまは、弊社webページから
問い合わせ、メッセージをいただければ幸いです。

<https://genki-1.com>

ご清聴ありがとうございました。