

AIアバター×観光地域×大学生によるデジタル地域創生プロジェクト in道の駅ゆふいん



別府大学 国際経営学部国際経営学科 講師：小野貴史

学生：平林那菜 小森優那 渡邊結愛 池田博貴 谷山須奈央 寺本弥真斗 豊田格己
羽田野秀剛 松田玲也 中山修也 パモド・マドウランガ 姜 大豪

プロジェクトの目的と連携体制

目的

- ・地元産品のストーリー性を活かした販路拡大
- ・デジタル技術(AIアバター・SNS)と学生の視点による地域ブランディング

連携体制

有限会社道の駅ゆふいん

別府大学

大分バス株式会社

- 地域の魅力や交通などの情報発信
- 物産館、飲食施設
- ※(リニューアル工事中)

- 学生・若者・留学生目線や発想力
- 観光・地域経営コース

- 地域密着型の公共交通サービス
- AIアバターガイド「ガイドロイド」

ゴール

- ・将来的なライブコマース基盤の構築、大分県内各地への展開、モデルの確立

阿南農園のストーリー

- ・由布市挾間町で両親のかぼす農園を、農業経験のない姉妹二人で継承
 - ・大分県ではすでにかぼすが有名であり、違うことをしないと売れないため、希少価値のある少種かぼすの栽培を始めた(43本のかぼすの木からなる小規模農園)
 - ・かぼすをドーナツ状に植えることで、風通しを良くし害虫を抑える
- 完全無農薬栽培に成功
- ・「みょうおん」の商標登録 → 小学校の校歌などで歌われ、昔から馴染みのある妙音山が由来

「みょうおん」の特徴

- ①完全無農薬栽培
- ②ミネラル由来の塩味、甘味が相対的に高く、独特の風味がある
- ③果皮が薄く種が少ないため、果汁が多い

「道の駅ゆふいん」の地域課題

- ・高速道路のICからは近いが、多くの観光客が訪問する中心街から離れている
- ・観光動線から外れた立地のため、十分な集客が得られていない
- ・SNS等のデジタルメディアの活用が弱い
- ・商品生産者の高齢化や減少により、担い手不足⇒地域産業の活性化

活動報告①：地元産品プロモーション(生産者インタビュー)

実施目的

取材日：令和7年10月30日

- ・商品の背景にある「ストーリー」を映像化し、消費者に届ける

取材対象

- ・阿南農園(由布市挾間町) 利光ひとみ氏 玉置清子氏

取材のポイント

- ①貴重な「少種(種が少ない)かぼす」の生産
- ②商標登録などのこだわりをヒアリング「みょうおん」
- ③農園の風景と生産者の想いを映像・写真で収録

アウトプット：阿南農園のインタビュー動画およびSNSコンテンツ

- ・インタビュー動画(公開中)およびSNSコンテンツ(近日アップ予定)

阿南農園プロジェクト①
<https://youtu.be/4wna0LFwuGM?si=48QI8rQ6ht5SK893>

阿南農園プロジェクト②
<https://youtu.be/9-oiKSFJMbK?si=D7sFVEENLxJm-jT>

阿南農園プロジェクト③
<https://youtu.be/E0FKR5dzy8I?si=hurG84f3D7Y1Q9-Z>



活動報告②：県内「道の駅」魅力発信調査と分析

調査概要

- ・大分県内全道の駅を対象とした現地調査

調査の視点

- ・「道の駅ゆふいん」の魅力を再発見し、差別化するための分析

主な分析項目

- ・各駅の「独自性」と「強み」
- ・地元特産品のPR手法・販売状況
- ・ソフトクリーム等の「ワンハンドグルメ」展開状況



各駅の「独自性」と「強み」

代表例 道の駅きよかわ

- ・清川の特産品である桃をアピール
- ・道の駅の景観の統一(ピンク色が目立つ)
- ・桃ソフトや桃のコンポートゼリーなど桃に関連した商品の販売
- ・桃神社というフォトスポットもあり、若者や家族層からの興味をひきやすい

参考例 道の駅のつはる

- ・ダム湖に隣接しており、その景観を利用したフォトスポット(奥に壮大な景色が広がる)



提案 オリジナルソフトクリーム

○「生搾りかぼすソフト」

- ・ミルクソフトにかぼすの実をセットで販売
- ・購入者自身がミルクソフトにかぼすを搾る

○特徴

- ・体験価値：食べる前にひと手間かける(記憶に残りやすい)
- ・味の変化を楽しむ：最初はミルク、途中から爽やかなかぼす自分好みに味の調節が出来る

○期間限定商品の開発(黄金かぼすソフト)

- ・あまり知られていない、甘味や旨味が強い黄金かぼすを使う
- ・期間を限定することで印象に残りやすくなる
- ・値段は高くなるが、ワッフルコーンや金箔をまぶすなどプレミアム商品を出すことでインバウンド観光客も注目



提案：道の駅ゆふいんオリジナル商品の開発

①かぼすチキンバーガー

- ・特徴
かぼすをバーガーに添える
柑橘の爽やかな香り
さっぱり×ジューシー(搾る)
- ・見た目
緑色が多く、爽やかに映える

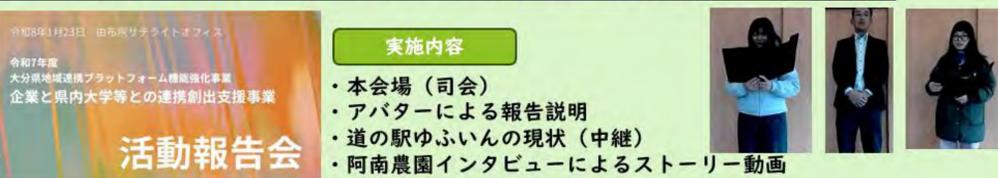
②おおいと和牛100%バーガー

- ・特徴
大分県産牛の使用
地元でとれた野菜を使用
ガッツリ系
- ・見た目
ボリュームで目を引く

「道の駅ゆふいん限定」

「ここでしか味わえない！」
オリジナル商品の宣伝として、
“大分名物”であることを
前面に打ち出す

活動報告③：活動報告会(経緯説明・活動報告・提案)



展望：情報発信フォーマットの標準化と県内展開の可能性

～「道の駅ゆふいん」発のDXモデルを、大分県全域へ～

▶ 1. 研究テーマ：汎用性の検証

- 問い：「道の駅ゆふいん」で構築した手法は、他の道の駅でも通用するか？
- 目的：数ある他の道の駅に対し、同様のフォーマットで地元の情報を発信できないかを研究・検証
- 背景：今回実施した「県内道の駅調査」の結果を踏まえ、他駅の課題(情報発信・人手不足等)にフィットする形を探る

▶ 2. 提案する「ゆふいんモデル」のパッケージ化

- ①学生×生産者インタビュー
 - ・地元産品のプロモーションとして、生産者の想いや商品ヒストリーを深掘りする取材・配信手法
 - ・若者の視点で地域のストーリーを発掘し、映像化する
- ②AIアバター(ガイドロイド)活用
 - ・AIアバターによる多言語観光案内や情報ライブ配信
 - ・将来的なライブコマースや、24時間対応可能なデジタル案内板としての活用

▶ 3. 将来展望：県内各地への横展開

- ・「デジタルを活用した地域との共創モデル」として、将来的に大分県内各地の道の駅や観光拠点への展開を視野に入れる
- ・若者の発想力と企業の技術(AI)を融合させ、新たな「地方創生のかたち」を提示するビジネスモデルを目指す