

ぐんま森林活用アイデアコンテスト 最終発表

Green
Housing
Panasonic

フオトスポットの提供

パナソニックハウジングソリューションズ株式会社
建築システム事業部
インテリアマテリアル商品企画開発部
吉谷 勇亮

パナソニック内装建材(株) 群馬工場



沼田市

〈井土上工場〉

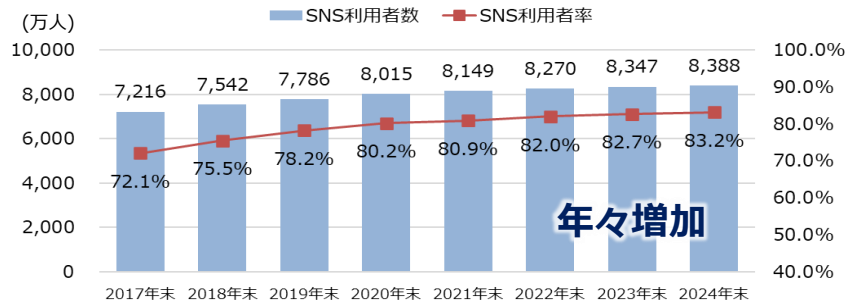


〈横塚工場〉

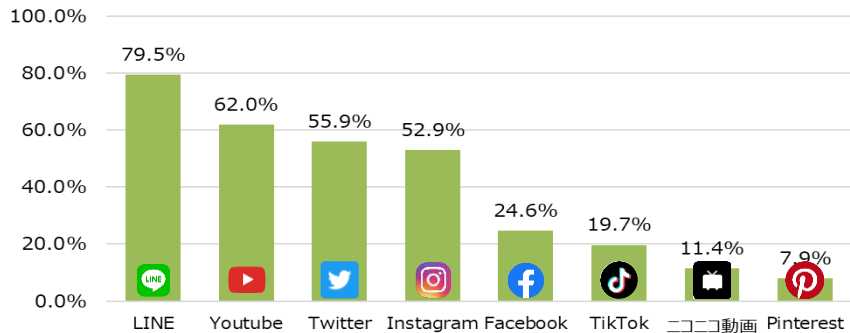


SNSの普及により気軽に写真を投稿する機会が増加 投稿(共有)の原動力は「歓喜」「好意」

〈国内SNSユーザーの利用者推移〉



〈主なSNSの利用率〉



2022年度SNS利用動向に関する調査(ICT総研実施)の結果より引用

SNS利用者の約半数が、写真を投稿する「Instagram」を活用
直近では、情報を仕入れる「情報源」としての活用にも着目されている

〈SNSユーザーが投稿(共有)する心情：5つの動機〉

- ① **「自分がいいと感じるもの、人が喜ぶものを伝えるため」**
- ② 「自分の存在価値を確かめるため」
- ③ **「好きなヒト・モノ・コトを応援するため」**
- ④ 「他者との関係を育む・維持継続させるため」
- ⑤ 「自分の意見・姿勢・ポジションを明確にするため」

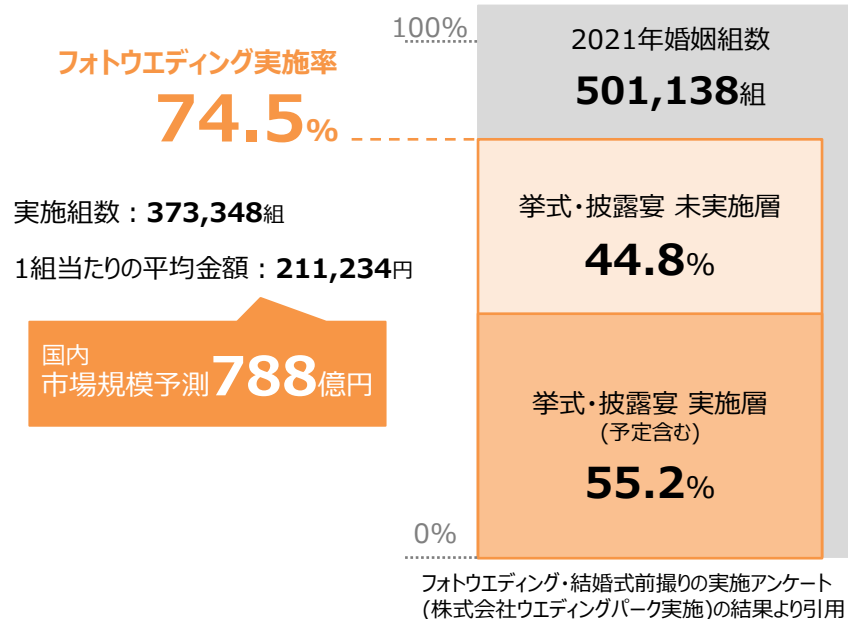
「人々がなぜSNSで共有するのか、そしてそれはどういったことを意味するのか」テーマ調査
(The New York Times Customer Insight Group実施)の結果より引用

自分が嬉しかったこと、喜ばしいこと[歓喜]や、
自分の好きなもの、応援したいもの[好意]が原動力となり投稿につながる



「**歓喜：フドウエディング**」「**好意：コスプレ**」に一定規模のニーズあり
 さらに、SNSが情報源となり「**より高いクオリティ**」を目指すユーザーが増加
 しかし撮影・投稿行為には、常に**炎上**の可能性が潜む

フドウエディング



婚姻組数は減少だが、フドウエディングの実施率は伸長
 複数回の撮影、事実婚やパートナーシップなど多様なニーズがあるため、
 今後も需要は増加するとの予想される

SNS上に数多くの
 撮影事例あり

より高いクオリティでの撮影・投稿をしたい

「他人とは違う自分だけの写真を残したい！」
 「リアルな世界観を再現したい！」

コスプレ

単位：百万円、%

分野	算出ベース	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度 (予測)
アニメ	制作事業者売上高ベース	290,000	300,000	275,000	265,000	280,000
	前年度比	108.2	103.4	91.7	96.4	105.7
同人誌	小売金額ベース	82,000	85,500	74,300	80,000	88,100
	前年度比	102.9	104.3	86.9	107.7	110.1
インディーゲーム	ユーザー消費金額ベース	-	-	-	2,800	4,365
	前年度比	-	-	-	-	155.9
プラモデル	国内出荷金額ベース	27,800	29,200	38,300	41,500	44,000
	前年度比	101.1	105.0	131.2	108.4	106.0
フィギュア	国内出荷金額ベース	31,000	31,200	32,700	34,600	34,000
	前年度比	97.2	100.6	104.8	105.8	98.3
ドール	国内出荷金額ベース	11,400	11,600	10,200	10,400	10,900
	前年度比	102.7	101.8	87.9	102.0	104.8
鉄道模型	国内出荷金額ベース	11,000	10,500	11,500	11,800	12,200
	前年度比	97.3	95.5	109.5	102.6	103.4
トイガン	国内出荷金額ベース	8,400	8,500	9,000	9,200	9,200
	前年度比	105.0	101.2	105.9	102.2	100.0
サバイバルゲーム	事業者売上高ベース	10,500	10,500	8,600	7,700	8,000
	前年度比	101.0	100.0	81.9	89.5	103.9
アイドル	ユーザー消費金額ベース	240,000	261,000	140,000	150,000	165,000
	前年度比	111.6	108.8	53.6	107.1	110.0
アoles	ユーザー消費金額ベース	13,700	14,300	12,000	11,000	12,500
	前年度比	105.4	104.4	83.9	91.7	113.6
コスプレ衣装	国内出荷金額ベース	35,500	35,000	24,000	25,000	27,000
	前年度比	97.3	98.6	68.6	104.2	108.0
メイド・コンセプトカフェ、 コスプレ関連サービス	事業者売上高ベース	11,600	11,900	8,800	9,500	10,400
	前年度比	101.8	102.6	73.9	108.0	109.5
ボカロイロイ	小売金額ベース	10,400	10,710	9,750	10,210	10,740
	前年度比	104.0	103.0	91.0	104.7	105.2

注1. インディーゲーム市場は本年より調査開始のため、2020年度以前のデータは無い。
 注2. ボカロイロイ市場には、表中の同人誌市場、フィギュア市場、ドール市場、コスプレ衣装市場に一部含まれるコンテンツがある。
 注3. 2022年度は予測値

コロナ禍を経て、自分の趣味に「お金」や「時間」をかける傾向あり
 その中で「推し活」の一種として、「コスプレ関連」の市場規模は堅調に推移中

SNSでのトラブルは避けたい

「無許可撮影」「無断侵入」

「安心」かつ「オリジナリティ」があるフォトスポットサービスを提供
→未利用の森林を活かし、写真撮影専門の森林環境をワンストップで整備・運営する

ユーザー目線での課題

スタジオ撮影では、似たような完成度になる

スタジオのような閉鎖された空間では、
自然な表情になりづらい

原風景の中で撮影したいが、
立ち入って良い場所なのかわからない

撮影場所について、許可申請の方法が
わからない・複雑

不意に他人が写り込んだ場合は許可が必要
(もしくは、使用不可)



未利用森林活用によるメリット

〈ユーザー目線〉

日々変化する自然の中で、スタジオよりも
独自性の高い自分だけの写真が撮れる

複数のロケーションから選択することができる

他人を気にする必要が無い

県と連携した事業という安心感を得られる

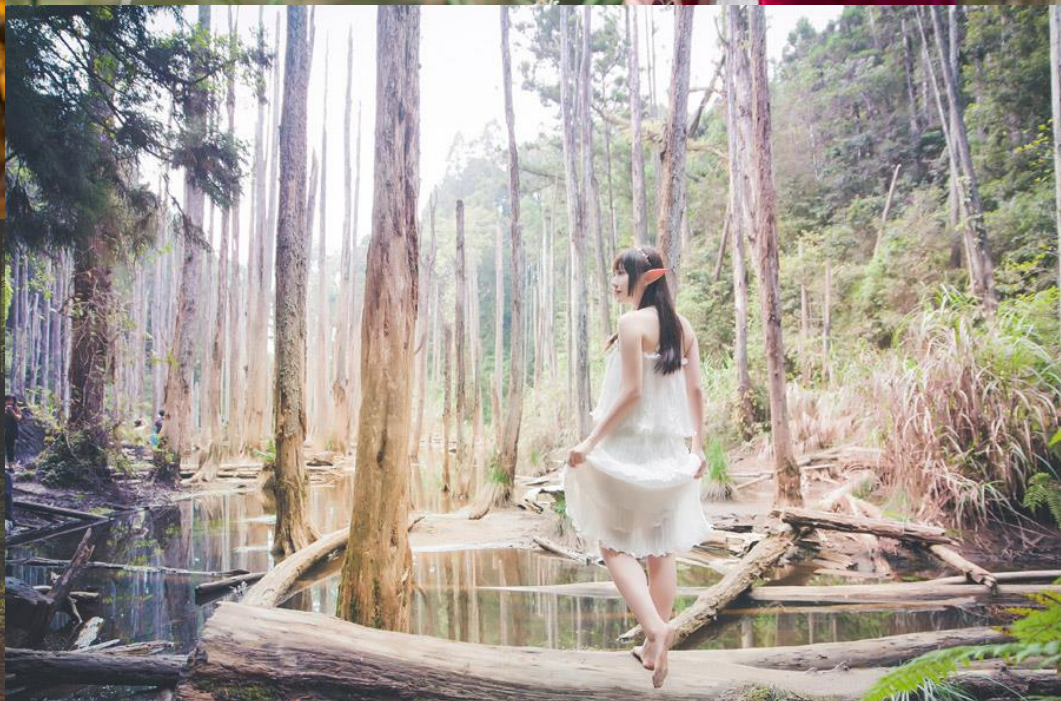
〈森林所有者/管理者目線〉

撮影のための整備をすることで、
完全な放置林とならずに済む

大規模な伐採や植林、間伐の必要が無い

資源の売買ではなく、森林であるという
シチュエーション自体に価値を付与し、
売り出すことができる





森林所有者/管理者

提携先A



提携先B



提携先C



事業者



サービス利用者

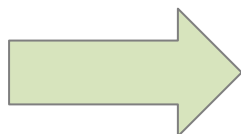
撮影希望者



ブライダル事業者



イベント事業者

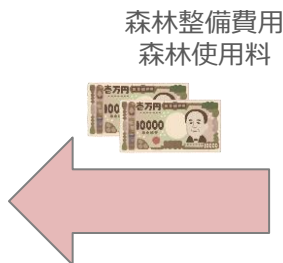


整備・管理
提供

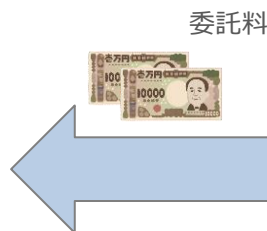


サービス提供

- ・プラン提案
- ・ロケーション提案
- ・機材準備 など



フォトスポット
提供・整備依頼



依頼

- ・撮影イメージ共有
- ・ロケーション要望提示 など

あくまでも**森林価値をあげる取り組みの1つ**として位置付けるため
 トラブル防止策の設定や有識者との連携は必須

〈料金設定*イメージ〉

項目		金額
基本 料金	森林整備/管理費用	〇〇円
	スタッフ費	〇〇円
時間 料金	プラン1 : 2.5H	-
	プラン2 : 5H (半日)	〇〇円
	プラン3 : 8H (終日)	-
季節 料金	春 (桜の開花時期など)	〇〇円
	夏	-
	秋 (紅葉の時期など)	-
	冬	-
オプション/ レンタル品	送迎バス	〇〇円
	更衣用テント	〇〇円
	バッテリー	-
	照明	-
合計		◆◆円

〈トラブル防止策〉

- ・利用者モラルおよび安全を管理するという観点から防犯カメラを設置する
- ・現地の動植物に手を加えない、ごみを残さない等の環境配慮に関し、誓約書により管理
- ・衣装や機材の汚れ、破損に関する取り決め
- ・周辺住民への説明

◆森林の環境を守るために

- ・サービスの運営や現地の管理方法に関しては、**専門家や有識者監修の下**、決定する
- ・収益がどのような環境整備や保全活動に使用されているかを明示し、**利用者の環境への意識を高める**

