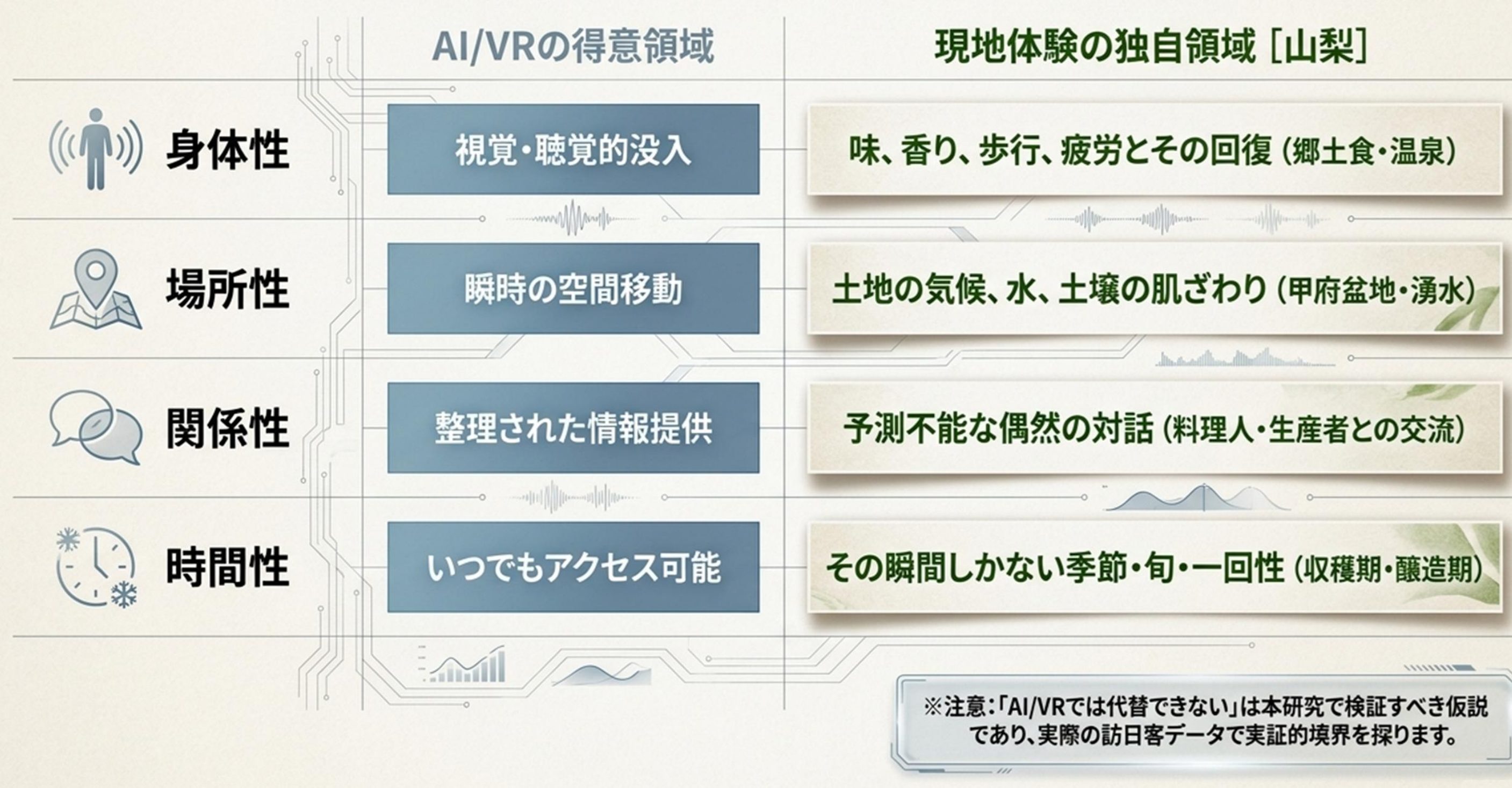


【今後の展開 商品イメージ応用できる分野】

食・文化・人との出会いを「わざわざ訪れたくなる旅」へ
観光を邪魔しないデータ評価で、地域の魅力を旅行商品に磨き上げます。

現地体験の「代えがきかない価値」とは何か？



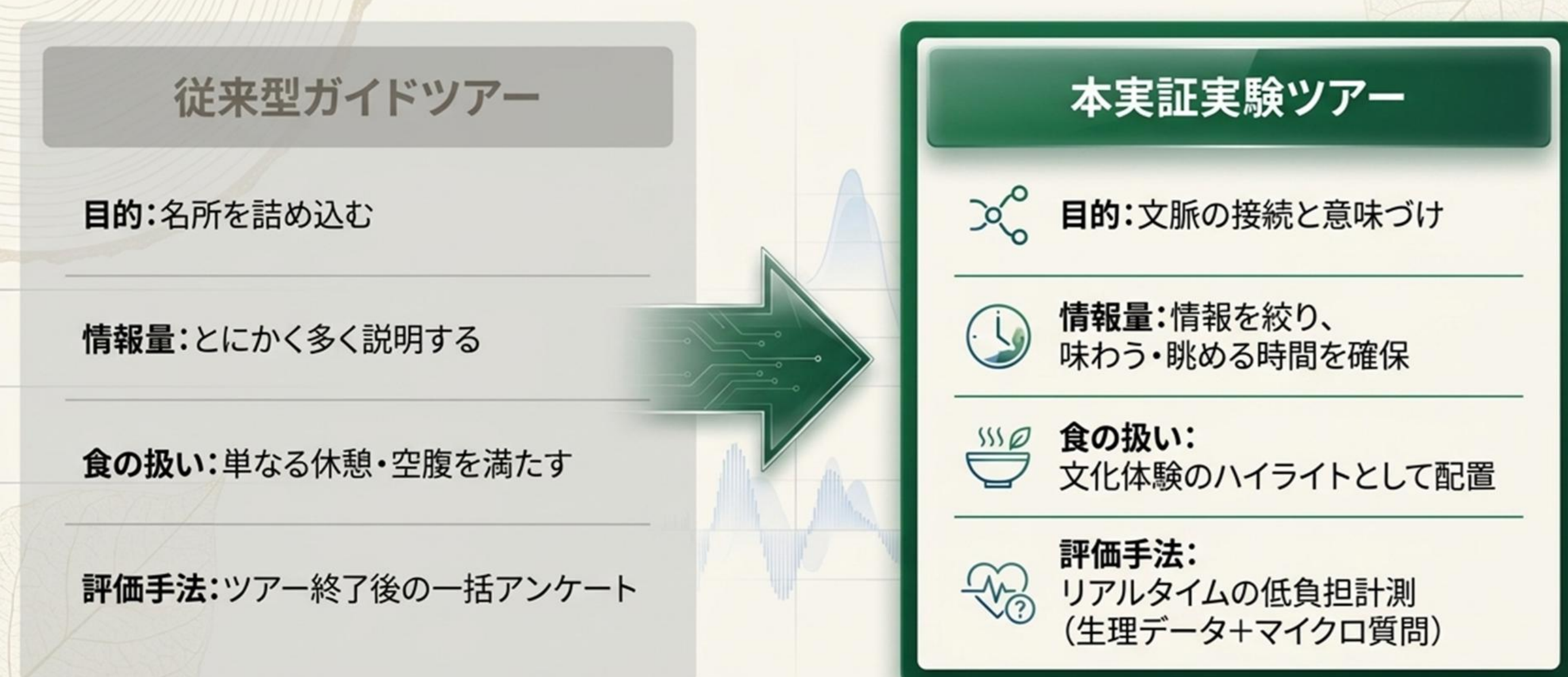
旅の価値を「2つの軸と時間軸」で可視化する



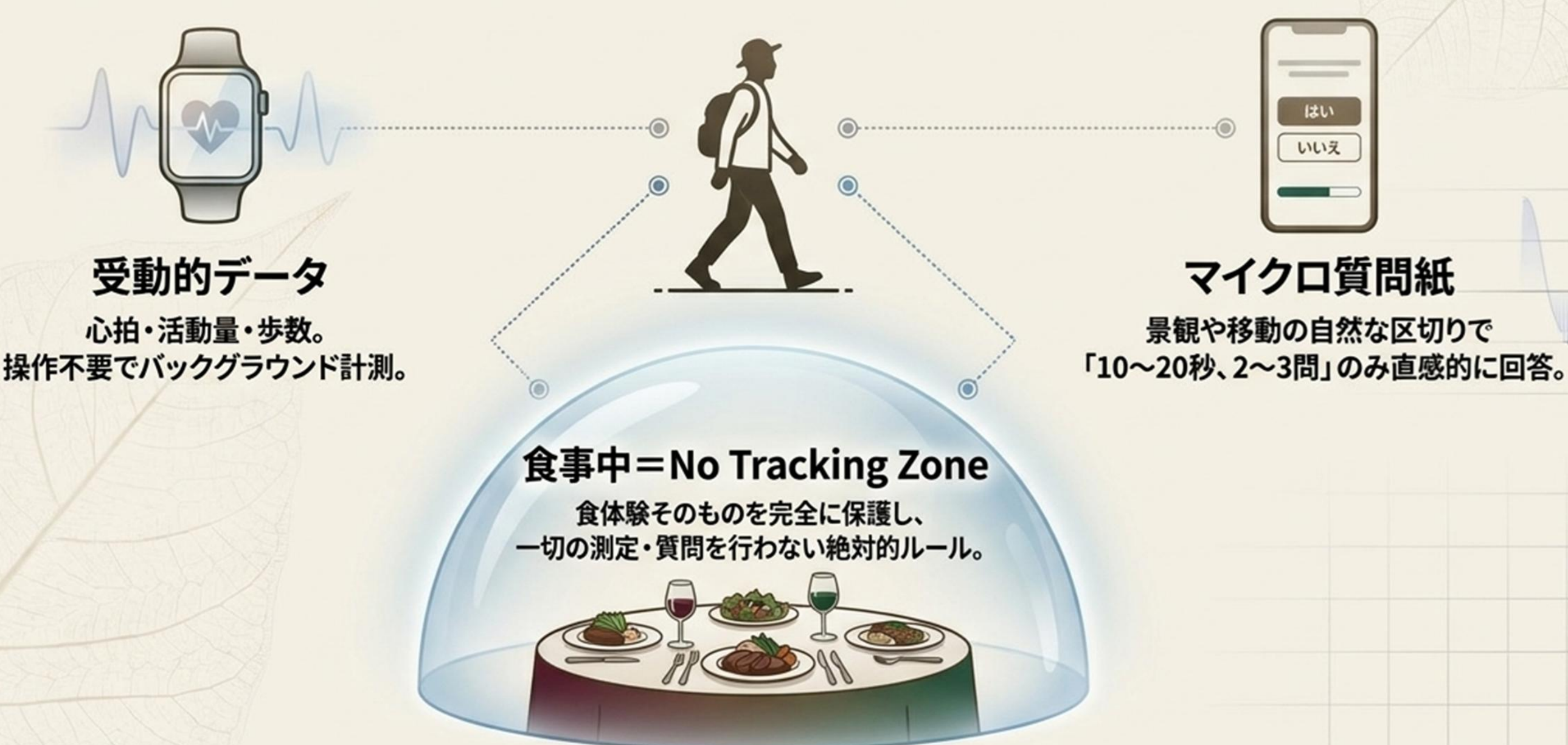
実証の舞台は「山梨」。外国人向け小規模ガイドツアーを設計・計測



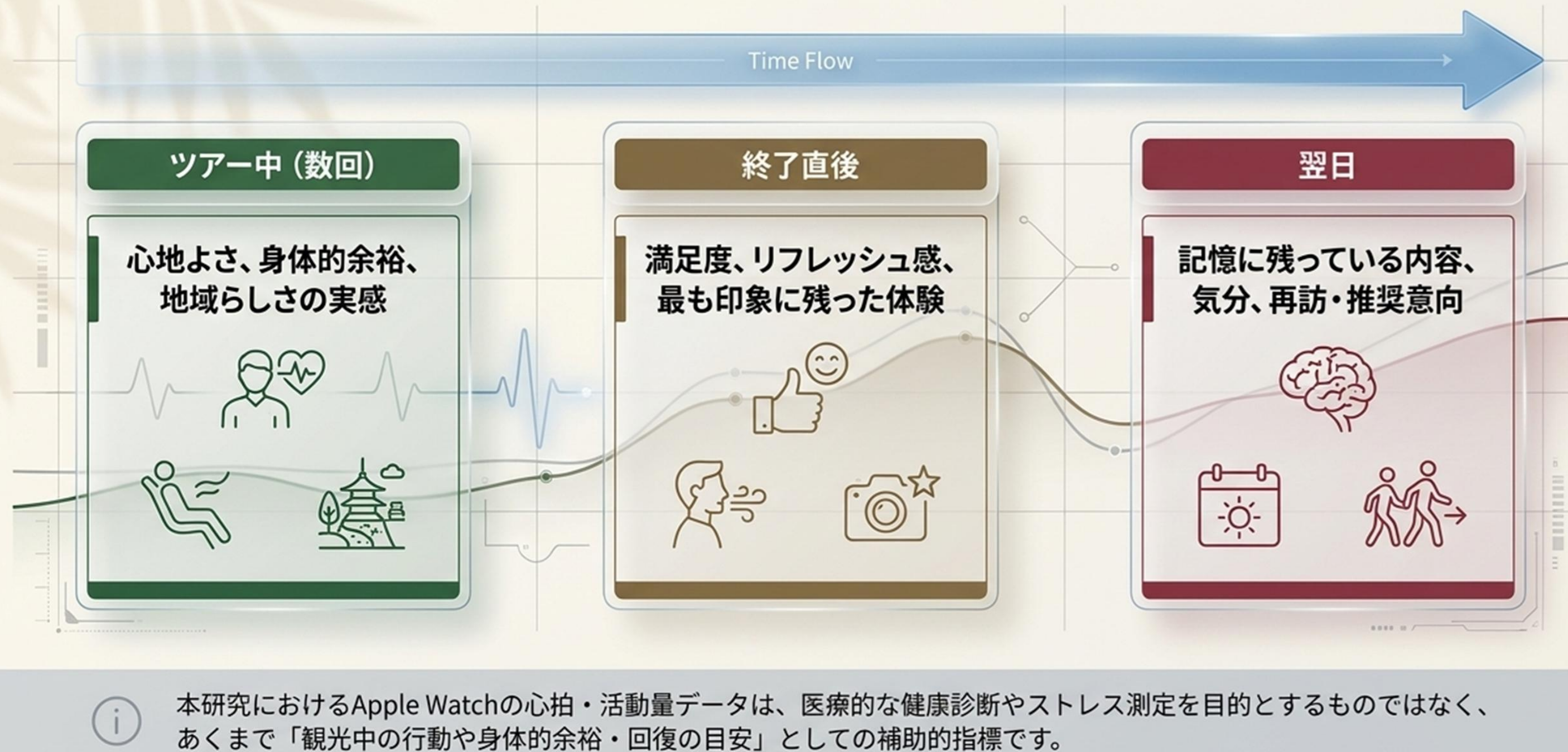
「説明を増やす」のではなく、「意味づけ」と「余白」を設計する



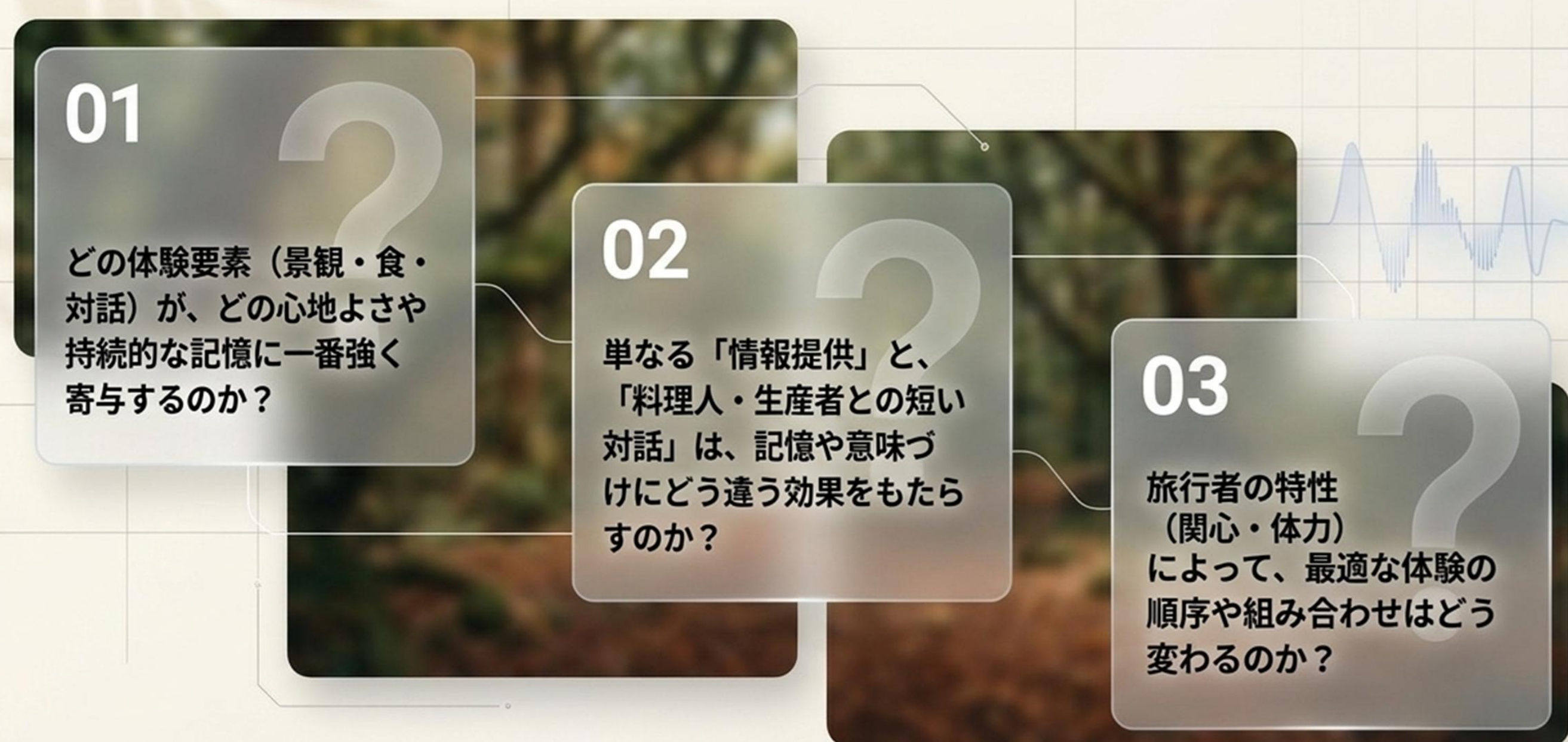
観光の邪魔をしない。「低負担」なデータ取得メソッド



生理データと主観データを組み合わせ、心の動きを精緻に捉える



現時点でわかっていない「科学的空白」に挑む



測定して終わりではない。現場で使える「指針」へ

