



福地組 × FUN SPIRITS

NAHA Mystery WORLD

DEMODAY Pitch

■ 目次

- ① 会社紹介
- ② 解決したい社会課題
- ③ ビジョン
- ④ POCの目的、内容、検証項目
- ⑤ 顧客・企業のベネフィット
- ⑥ これからの展開・課題
- ⑦ エピローグ

株式会社福地組 創業72年

暮らしやすい街づくりとインフラの整備



解決したい社会課題

沖縄の都市開発に感じる違和感

「短期的」かつ「収益重視」の開発傾向と副作用

ハード主体の都市計画



自動車中心の道路整備



増え続けるタワマン



傾向



没個性な景観



交通渋滞



地域コミュニティ弱体化
ジェントリフィケーション



副作用

観光客のペイン

ゾーニング（エリア計画）が曖昧。どこに行けば良いか分かりづらい。
Walkableなスポットが少ない。

観光体験の選択肢不足



(結果)

那覇の街の楽しみ方が分からず、時間を持て余し、機会損失がある。

ビジョン（目標）

地域開発のモデルをつくる

地域開発の「創る」と「遺す」のバランス

- ① ゾーニング(商業地域。エリアの輪郭。〇〇通り)
- ② 個性的な街並み (歴史的な建築物や築古ビル)
- ③ ヒューマンスケール(Walkable) でオープンスペース
- ④ 地域コミュニティによる街活用・維持



沖縄北谷 アメリカンビレッジ



小樽 運河沿いの倉庫街



シンガポール ウォータフロント

中長期的な価値を意識したエリアを増やし
沖縄が観光都市としてより選ばれる街になる

地域課題とユーザーペインを関連づけた
新たな地域エンタメコンテンツ

那覇 × 謎解き × 街歩き

Why 謎解き？

① 個性的な街並み

平凡な店舗やスポット、
空きスペースにも動線を繋ぐ

② ヒューマンスケール

徒歩による地域の魅力の再発見

③ 地域コミュニティ

地域の多様なステークホルダー
の巻き込み

④ ゾーニング

謎解きゲームのテーマを通じてエリア
のブランドを設定する
(エリアの輪郭)

那覇市のエリア価値を高める潤滑油 = 謎解き
観光のすき間時間の質を高めながら、一見何もないように見える
平凡な街並みに、謎解きを通じて深い洞察を与える。

今回のテーマ

あなたが紡ぐ「物語」。

君の知らない「那覇」がここに。

PoCの目的・内容・検証項目



NAHA Mystery WORLD

NAHA Mystery WORLD DEMODAY Pitch

■ 事業概要



【商品概要】

- 開催期間 : 2025年4月26日 (土) ~
- ターゲット : 県外観光客
- 所要時間 : 120分~150分
- 開催エリア : 平和通り~東町西町エリア
- 目標集客 : 年間2,000名
- 販売場所 : 那覇市内複数箇所予定
- 販売価格 : 2,750円 (税込)

NAHA Mystery WORLD DEMODAY Pitch

■ 事業概要



国際通り周辺～東町・西町エリアを巡る
「周遊型謎解きコンテンツ」。

実際の「那覇の街並み」を見ることで手元の
問題をクリアし、ストーリーが進行。

本作では、「出会う人・選ぶ道」によって
「ストーリーが変化」し、体験者ならではの
物語を紡いでいく周遊コンテンツに。

NAHA Mystery WORLD DEMODAY Pitch

■ 事業概要

キットを購入！



那覇を街歩き！



最終問題に挑戦！



クリア&景品ゲット！



謎解きキットを購入し那覇を街歩きしつつ問題をクリア。最終問題まで辿り着くことで景品をもらうことができる。

NAHA MYSTERY WORLD DEMODAY pitch

■ 検証項目

ユーザー数の獲得



KPI：年間2,000名
県内外からの流入比率も
計測。

再訪性の検証



本施策において「また那覇
に来たいか」という再訪性
の意欲を高める。

経済効果の測定



キット購入代＋クーポン利
用数・利用率などを計測
し、地域経済効果を観察。

顧客・企業のベネフィット

NAHA Mystery WORLD DEMODAY Pitch

■ 顧客のベネフィット



埋もれていた地域の魅力をゲームを通じて発掘、「普段観光ガイドだけでは触れないような」深い那覇の地域性まで楽しむことができる。

NAHA Mystery WORLD DEMODAY Pitch

■ 顧客のベネフィット



地域の人たちと交流が生まれ、那覇の人の温かさに触れることができる。
意図的な「セレンディピティ（偶発的幸運）」が生まれる仕組みを構築。

NAHA Mystery WORLD DEMODAY Pitch

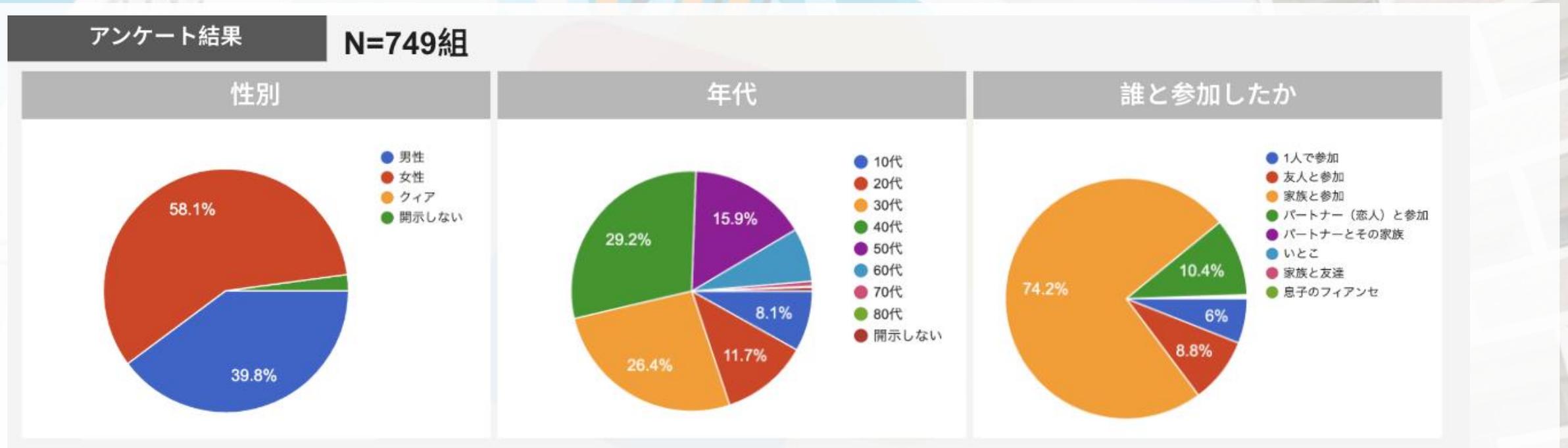
■ 企業・地域のベネフィット



謎解きによる導線設計により、「今まで人が来なかった場所」にまで人を流入することが可能。LINE設計により解説なども自動で可能。

NAHA Mystery WORLD DEMODAY Pitch

■ 企業・地域のベネフィット



アンケート & 公式LINEによる人流データや属性・来訪動機などの収集が可能。
今後の観光マーケティング戦略に活用も可能。

NAHA Mystery WORLD DEMODAY Pitch

■ 企業・地域のベネフィット

各問題クリア後
現地クーポン発行



ストーリークリア後
参加賞ゲット (おやつなど)!



分散した地域事業者が「謎解き」をきっかけに連携。クーポン発行・告知協力・謎解きスポット配置などにより「集客支援・現地PR」が可能。

これからの展開・課題

今後の展開

■ 一過性の謎解きゲームにしない（ステップアップ）

フェーズ1（POC）

- ・街歩き周遊謎解きの実施
- ・KPIを設定し、謎解きゲームの有効性の検証

利用者：年間2,000人

フェーズ2（定番コンテンツ）

- ・継続とコンテンツ進化による再訪性の実現
- ・街づくりコンテンツとして謎解きツアーの定着（顧客ペインの解消）。

利用者：年間10,000人

フェーズ3（新しい地域開発モデル）

- ・ゲームを通じたエリアのブランディング
- ・人流データを用いたマーケティングと地域経済への売上貢献
- ・未活用ビルを活用を増やし、点から面へと展開

利用者：年間20,000人



協業可能性

■ 謎解き利用者を増やすために協業したい先

那覇空港



モノレール



観光関係者



宿泊事業者



地域商店
コンビニ



観光事業者様・交通インフラ事業者様・宿泊施設様・広告代理店様など

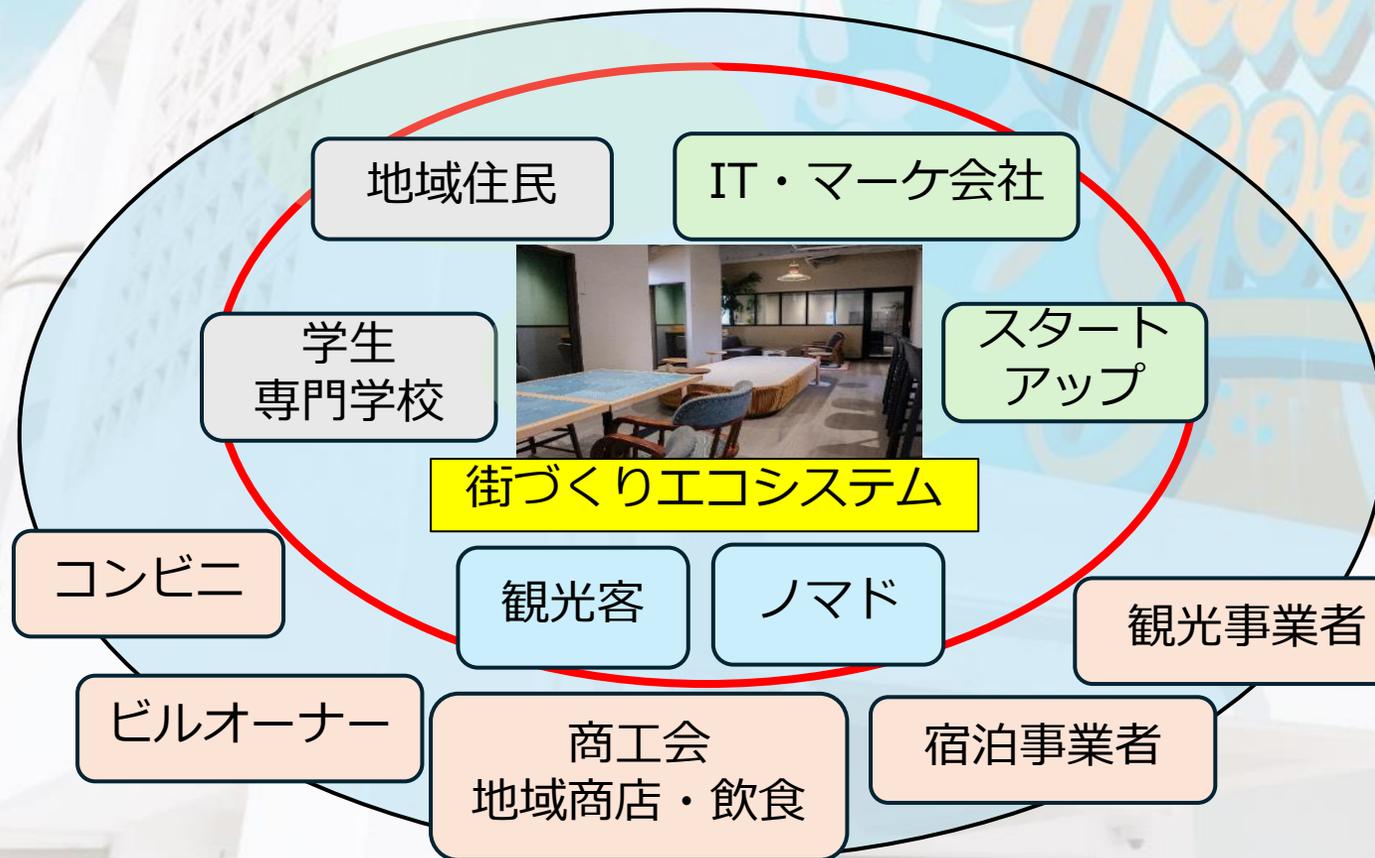
エピローグ

チャレンジングポイント

- ① (そもそも) 謎解きゲームが、地域の課題解決(新しい地域開発モデル)へと繋がるポテンシャルがあるか？
- ② 「再訪性」。何度も訪れてもらい、地域についての関心や理解を深めてもらうためにはどのように仕掛ければ良いか？
- ③ 謎解きゲーム×地域の建設会社との連携は初めて。これから利用者拡大のための関係者調整を行っていく必要がある。

(余談) 新しい地域開発モデル

- ①街づくりエコシステム (従来のコミュニティの代替)
- ②地域経済への波及を定量的に把握するKPIの設定
- ③市民参加型の協議会による長期開発計画とルールの方策



(アクション)

- ・未活用スペースのコンセプト設計
- ・スペースと、事業者のマッチング
- ・人流データによる地域店舗へのマーケティングサポート
- ・謎解きツアー

(KPI)

地域事業の発生数やそこから生まれる固定資産税、事業税、地方税、雇用創出など

(景観ルール)

- ・道路・ルーフ (ウォークアブル街づくり)
- ・高さ・用途・ミクストユース
- ・イルミネーション
- ・ゴミ・騒音対策、住人配慮

チャレンジングポイント



観光施設や歴史的建造物「以外」の眠る既存建造物などの価値定義

チャレンジングポイント



那覇現地の方々と連携した「没入&非日常体験」の創出

ご清聴

ありがとうございました！