



G1 company

2026年7月始動。G1 company, Inc. 第2創業。

Save the Journey, Beyond the Real

2026.7.1

G1 company, Inc.

CEO 小柴 恵一

G1 company としての これからの取り組み

観光産業の変遷(観光の誕生から200年経った未来に向けた再定義へ)

1830年：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、風景を記録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。

2030年：新次代の観光の幕開け



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。

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。

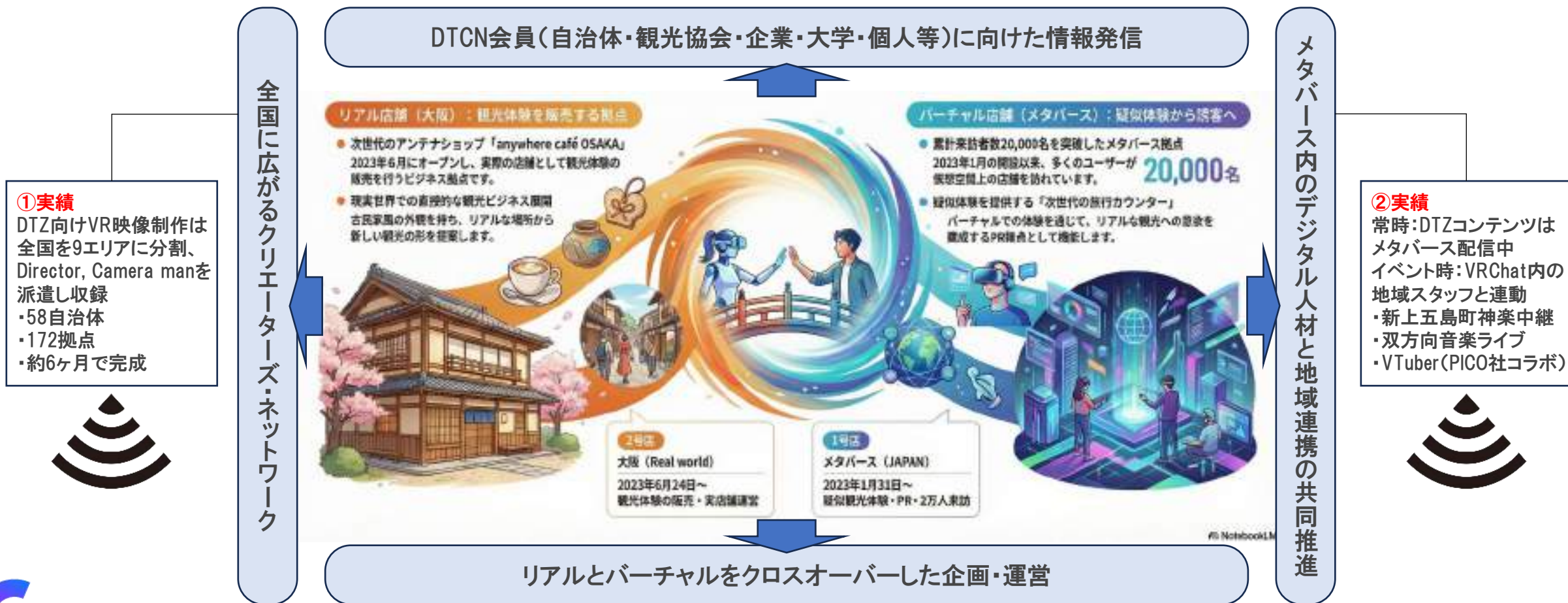
現地でのリアルな交流とSNS発信

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。

様々な地域連携取り組みのノウハウ・ネットワークを活かす

➤ DTCN情報発信拠点”anywhere cafe”は LAB & HUB (G1 companyの商品企画拠点)

- ✓ 様々な「デジタル観光」トライアルの**検証場所**(LAB)
- ✓ 様々な「デジタル観光」人材を繋ぐ**コミュニティ**(HUB)



今後の弊社の方向性 ”anywhere cafe”事業

➤ 沖縄三線LIVEイベント

✓ カフェOSAKA(リアル)とカフェJAPAN(バーチャル)のコミュニケーション



↑
リアルとバーチャルで
それぞれLIVE開催



最後は参加者全員で記念撮影
(リアル=26人、バーチャル=52人(のべ))



➤ 新上五島町との取り組み

✓ 読売新聞社会員組織「わいず倶楽部」向けの観光体験イベント

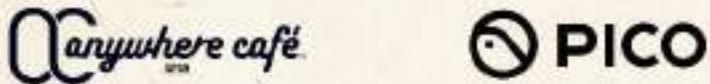


➤ The Deckとの取り組み

✓ デジタルノマドを受け入れているコワーキングスペースとコラボし外国人向けに日本文化をレクチャー



- バーチャル機器メーカーイベントの取り組み
 - ✓ VRゴーグルメーカー「PICO」とのコラボイベント



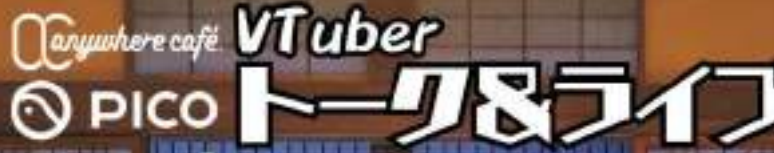
最先端の古民家カフェで
PICOを体験



2026年4月25日(土)
11:00 ~ 17:00
場所: anywhere café (大阪市住之江区安立4丁目3-3)
PICO VR 無料体験会
特典: 体験された方は、お好きなドリンク1杯無料!
11:00 ~ 17:00 | 当日限定フード&ドリンクメニュー (有料)
15:00 ~ 17:00 | VTuberトーク&ライブ
(出演者は近日公開)



主催: 株式会社G1 company 協力: PICO Technology Japan株式会社



日時: 4月25日(土)15~17時
場所: anywhere café
大阪市住之江区安立4丁目3-3
※トーク&ライブはワンドリンク制



観光の3機能をバージョンアップして事業として成立するまで追求する

➤ 観光を構成する3つの機能(Functions)の定義(=XNA、FNB、TRX)

① XNA(XR and AI)

- ✓ 最先端の技術により臨場感ある疑似観光を行える
- ✓ さらには、その観光地に紐づく歴史・文化・情報を深く知らせ、観光欲求を強く喚起し誘導する

② FNB(Food and Beverage)

- ✓ ご当地の食をご当地の食べ方で楽しめる
 - ✓ 例:ご当地冷凍食品

③ TRX(Tourist Experience)

- ✓ 様々なエンタメ体験
 - ✓ 例:記念メダル
 - ✓ 例:おみやガチャ
 - ✓ 例:三線体験会、おにぎり体験会、生け花体験会(バーチャル連携)



➤ “anywhere cafe”ブランドを構築、セレクト商品・オリジナルグッズを販売～EC展開へ

- ✓ カフェで飲食できる商品のEC販売
- ✓ 観光地の商品を組み合わせたパッケージ商品の開発(例:「旅の福袋」)
- ✓ 旅のお供に最高のグッズを”anywhere cafe”ブランドとして商品化

➤ “anywhere cafe”を「旅のテーマパーク」へ

- ①直営店 ②FC店 ③プロデュース店(観光拠点施設、観光案内所、道の駅、JR等)



※2031年 “anywhere cafe OKINAWA”? 移住?

今後の弊社の方向性 XR観光コンテンツ事業

臨場感観光体験施設を中心にしたマイクロツーリズム送客



臨場感観光映像の演出例 #1



シアター型ドーム(ルーム)空間
での映像演出は、最高の臨場感
を届けられる。

(事例) オリンピック(P.19～)
万博(P.5～)

臨場感観光映像の演出例 #2



敢えて、窓で視界を区切ることで
目の錯覚により本当の景色と
脳が誤認してしまう効果を利用。

カフェ型空間演出は、窓の外の
景色と共にご当地の飲食を楽しむ
疑似的な観光体験として最適。
(事例) anywhere cafe (P.24～)

臨場感観光映像の演出例 #3



Signature cafe
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、構造的な耐久性や耐火性も、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式会社UL ArchiTechの商品です。本製品についてのお問い合わせは、<http://tinyurl.com/whm9fznet> からお問い合わせください。

キャンプ場での宿泊をリッチに。
例え、天気が悪くても、季節外れでも、楽しめる空間を作ること
でリピーターの醸成を期待できる。

臨場感観光映像の演出例 #4



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。

店内に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網とのコラボ商品です
本製品についてお問い合わせは、<https://g1company.com/> からお願いします

VRゴーグルでの体験を、より気軽に誘引できる、判り易い演出。平地でも閉地でもどんな場所でも展望台に仕立てることが可能。

各拠点からライブ映像を繋げることで副次的効果(観光行動の平準化)を狙う

更には...

ライブカメラを
導入し
ネットワーク化



ライブ映像はそれだけで「驚き」を届けられる。また、現地とコミュニケーションすることも可能。

今後の弊社の方向性 AI観光コンテンツ事業

“KATARIBE”の特長

- 地域にしかない「**語り部**」の知識・情報をアーカイブし、様々なシーンで多面活用する
 - ✓ 旅行ガイドの高齢化により、**デジタル化していない**貴重な歴史・文化の深い情報が消える未来がある
 - ✓ 誰(**AIエージェント**)もがアクセスできる情報として、地域が**ローカルDB**に蓄積・管理することが重要
 - ✓ 本仕組みは、様々なシーン(メタバースでの**案内役アバター**等)にも登用し送客を担うと共に、地域では、**ロケーション**情報に合わせた、その人の興味に寄り添った情報提供を(例えば**ARグラス**で)行う

