

「観光客が快適かつ安全に安心して移動できる環境整備に向けて」

地域における「総合的な観光情報提供システム」 構築の手引き

平成22年3月

国土交通省 総合政策局

< 目 次 >

I はじめに	1
1 本手引きの位置づけ	1
2 手引き策定の背景と目的	1
3 本手引きの構成	2
II システム構築に向けた基本的な考え方	3
III システム構築に向けた必要な取組	4
§ 1 観光情報提供の運営に係る取組	5
1 観光情報提供における体制の構築	5
(1) 観光情報提供体制の全体像の把握	5
(2) 多様な主体の参画による運営体制の構築	6
① 運営体制への多様な主体の参画	
② 運営体制に求められる機能と取組	
③ 運営体制の体系	
(3) 運営体制外の担い手との連携・協力体制の構築	9
① 情報収集における担い手の検討(情報源の確保)	
② 情報加工における担い手の検討	
③ 情報発信(提供)における担い手の検討	
2 地域における観光情報提供戦略の明確化	13
(1) 地域における観光戦略の策定	13
① 地域の観光資源・特色や観光客の受け入れ環境及び観光客層の把握	
② 既存の観光関連計画の整理による観光戦略の明確化	
(2) 地域における観光情報提供戦略の策定	16
① 観光情報提供戦略の策定に向けた現状把握と課題分析	
② 観光情報提供戦略の策定に向けた具体的な観光情報提供手法の検討	
③ 観光情報提供戦略の策定に向けた継続的な事業化の検討	

3 継続的な観光情報提供に向けた運営手法の整備	20
(1) 観光客に利用促進を図る仕組みづくり.....	20
(2) 持続可能な情報提供を行う仕組みづくり.....	21

§ 2 観光情報提供手法に係る取組	23
--------------------------------	-----------

1 利用者のニーズの把握	23
(1) 観光客の観光情報ニーズの把握.....	23
① ターゲットに応じた観光情報ニーズの把握	
② 観光場面及び観光活動に応じた情報ニーズの把握	
2 利用者ニーズや地域の観光情報提供戦略に合致した情報の運用	25
(1) 観光情報提供における運用の全体像の把握.....	25
(2) 提供すべき情報の選定.....	25
① 利用者ニーズに合致した情報の選定	
② 地域の観光情報提供戦略に合致した情報の選定	
(3) 選定した情報の収集.....	28
① 情報の性質に応じた情報源の確保	
② 収集情報の精度及び信憑性の確保のための仕組みづくり	
③ 継続的な情報収集に向けた仕組みづくり	
(4) 収集した情報の加工.....	32
① 収集情報の統一化及び整合性の確保のための情報加工	
② 利用者に応じた情報加工	
③ 人的負荷を軽減する情報加工の仕組みづくり	
(5) 発信(提供)した情報の管理手法の整備.....	35
① 発信情報の一元的な管理手法の構築	
② 発信情報の精度及び信憑性の向上のための管理手法の構築	
3 利用者ニーズや地域の観光情報提供戦略に合致した情報提供手段の設定	38
(1) 利用者属性に応じた情報提供手段(ツール)の設定.....	38
① IT ツールの活用	
② 多様な情報提供ツールとの連携	
(2) 観光情報提供戦略に合致した情報提供手段(ツール)の設定.....	41

I はじめに

1 本手引きの位置づけ

本手引きは、各地域の観光地づくりにおいて、来訪する観光客が快適かつ安全に安心して移動できる環境の基盤となる「総合的な観光情報提供システム」を構築する際に、各地域が取り組むべき項目や手順、取組における有効的な手法、留意点等をまとめたものである。

これまで、各地域では、観光客に対して多様な関係者により各々の創意工夫のもと、個別に観光情報の提供が行われることが多く、本当に必要な情報が必要な場面で提供されていないケースが見られた。本手引きでは、観光情報の提供に関して、各地域の観光情報提供戦略に基づき、継続的かつ一体的な提供体制によって、利用者ニーズに適した情報を適切な手法で提供する「総合的な観光情報提供システム」の構築に向け、地域が取り組むべき事項について整理している。

2 手引き策定の背景と目的

現在、我が国は2010年（平成22年）までに訪日外国人旅行者数を1,000万人とする等の目標の下、観光立国の実現に向け、外国人観光客の誘致や国際競争力のある観光地づくりなどさまざまな取組を進めている。

観光地づくりの推進にあたっては、日本人、外国人を問わず、訪問先の地理に不案内な観光客に対し、円滑な移動のための環境整備が重要な施策のひとつである。観光地や大規模集客施設等において、観光客が必要な情報を必要な時に入手することができ、快適かつ安全に安心して移動できる環境の整備が求められており、その基盤として、各観光地等において、観光客の移動支援に向けた「総合的な観光情報提供システム」の構築が必要となっている。

そのため、国土交通省では、地域の創意工夫を活かした、観光客への情報提供の高度化による移動支援を図った「まちなみナビプロジェクト」を展開し、平成18年度～20年度の3年間で合計76地域での取組がなされた。また、平成20年度には、ICタグをはじめとするユビキタス情報基盤を整備することにより、身体的状況、年齢、言語等を問わず、「いつでも、どこでも、だれでも」移動等に関する情報を入手することができる環境の構築を目指した「自律移動支援プロジェクト」を展開し、全5ヶ所の取組がなされた。さらに、平成21年度には「モビリティサポートモデル事業」として全7ヶ所で展開した。

これらの取組から、観光情報提供における効果的な手法や各地域における工夫・ノウハウを抽出し、「総合的な観光情報提供システム」の構築時に留意すべき事項や最低限統一すべきルール、適用事例等の整理を行い、手引きとしてとりまとめた。

本手引きを、各地域の事情や観光に関する計画・戦略等に応じて活用し、各地域での「総合的な観光情報提供システム」の構築時の参考とされたい。

3

本手引きの構成

本手引きは、各地域において「総合的な観光情報提供システム」を構築する際に、必要な取組をまとめており、次の2つの項目で構成している。

§ 1 観光情報提供の運営に係る取組

本編では、各地域において「総合的な観光情報提供システム」の構築をする際の運営部分について整理している。

- ・ 運営体制の構築
- ・ 観光情報提供戦略の明確化
- ・ 継続的な運営手法の整備

まず、各地域における観光の現況・課題の把握や、観光におけるターゲットの設定（想定）等観光の方向性を明示した観光戦略の策定や、それに基づいた観光情報提供戦略の策定の重要性を提示している。また、観光情報提供を行う上で、必要となる人的な体制について、求められる機能や取組、そこに参画する人材等を整理している。さらに、観光客に作成した情報コンテンツの利用を促進する仕組みや継続的に観光情報の提供を行う仕組みについて、継続運営に向けた効果的な手法をまとめている。

§ 2 観光情報提供手法に係る取組

本編では、「総合的な観光情報提供システム」の主軸となる、観光情報提供の具体的な手法について整理している。

- ・ 利用者ニーズの把握
- ・ 情報の運用
- ・ 情報提供手段の設定

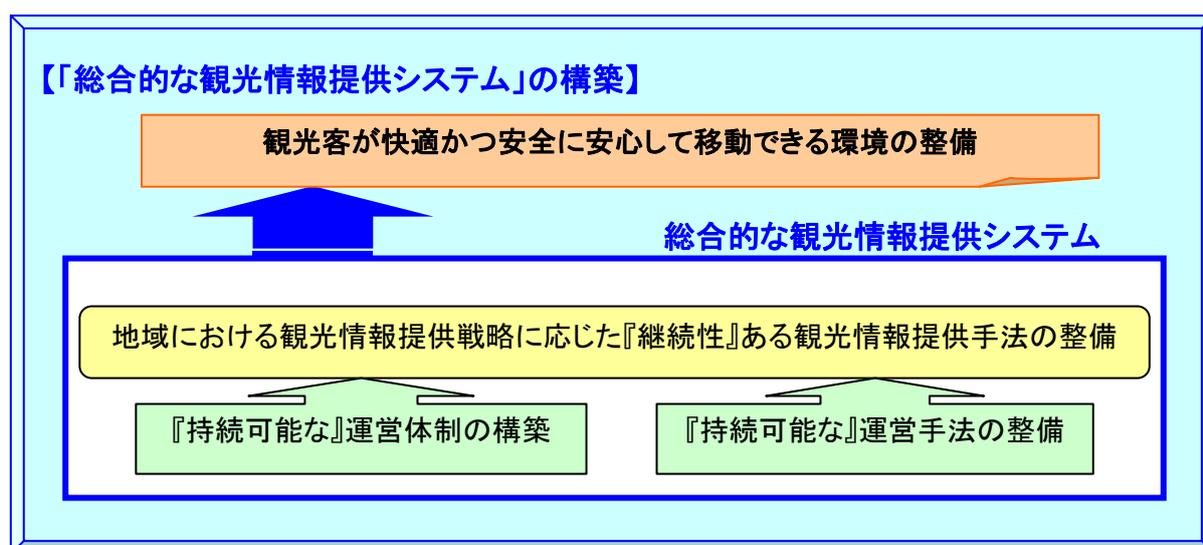
観光情報提供の準備段階である利用者ニーズの把握や、情報の運用（提供すべき情報の選定、情報の収集・加工、発信（提供）情報の管理）、情報発信（提供）時の情報提供手段（ツール）の設定等、観光情報提供のあるべきプロセスや、プロセス毎の有効的な方策等についてまとめている。

Ⅱ システム構築に向けた基本的な考え方

観光立国を推進していく上では、各地域を訪れる観光客が、必要な情報を必要な時に入手できるようにすることで、円滑な移動を促し、観光客が快適かつ安全に安心して移動できる環境を整備することが重要である。

この環境の基盤となるのが、「総合的な観光情報提供システム」の構築である。「総合的な観光情報提供システム」とは、「観光客が快適かつ安全に移動できることを目的とした観光情報提供の仕組み」であり、地域において、この仕組みを構築し、継続的に運営していくことにより、観光客の満足度が高い観光地づくりにつながるとともに、観光リピーターの増加、潜在的な地域観光資源の発掘・観光活用等の効果が期待できる。

「総合的な観光情報提供システム」という仕組みを構築するためには、まずは、観光客の属性、観光の場面や観光における活動内容、各地域の観光情報提供戦略に応じた観光情報提供手法の整備が必要であるが、継続的な運営も視野に入れると、観光情報提供を持続可能とするための運営体制の構築と運営手法の整備も求められる。



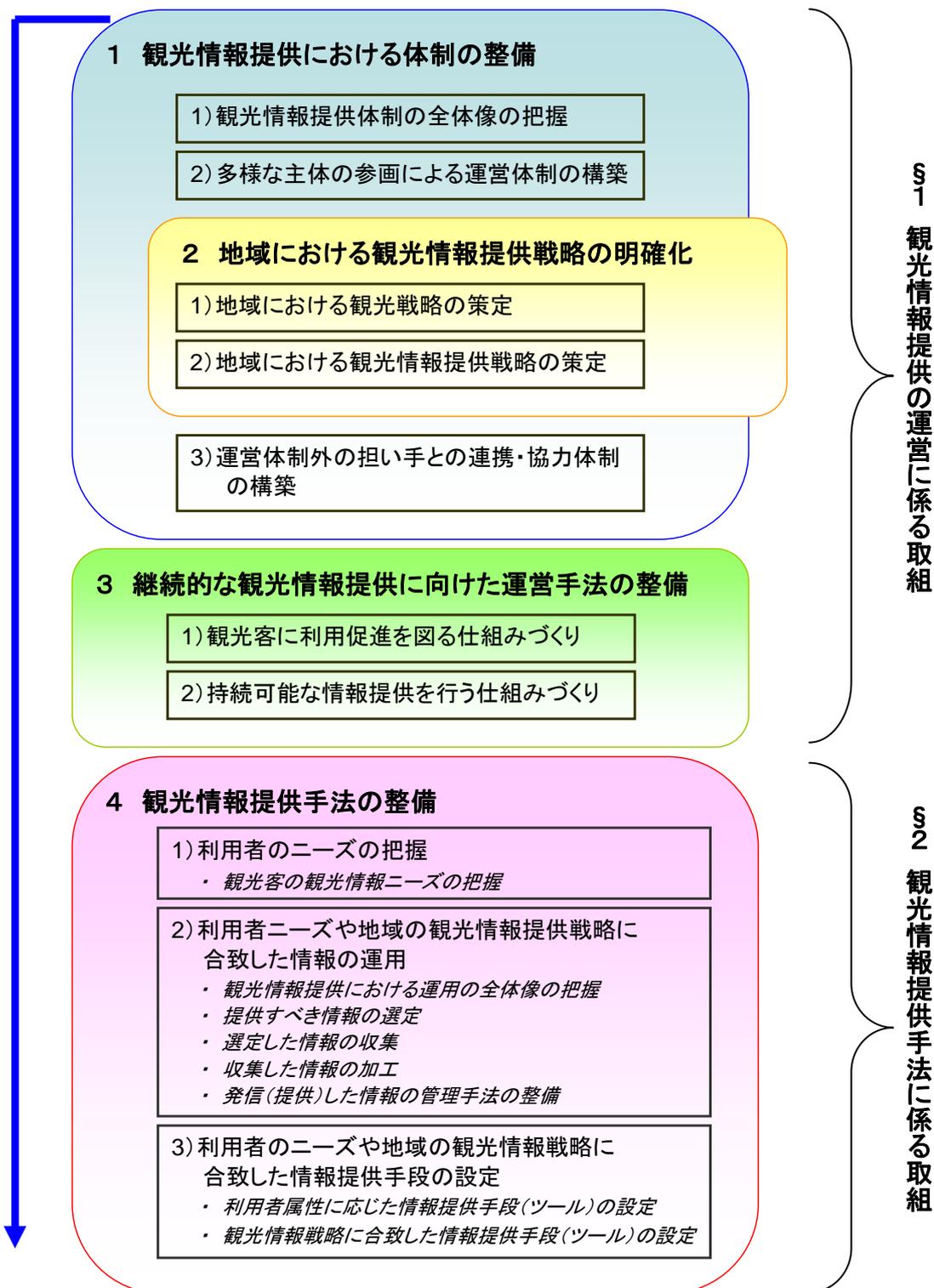
本手引きでは、地域における「総合的な観光情報提供システム」の構築に向けた必要と考えられる取組について、各地域で実施された、観光客への情報提供の高度化による移動支援を図った取組や、場所情報コードや位置特定インフラ等のユビキタス技術を活用し、誰もが移動等に関する情報を入手することができる環境の構築を目指した取組を基に収集し、観光情報提供の運営に係る取組（§ 1）と観光情報提供手法に係る取組（§ 2）に大別して整理するとともに、その取組の必要性や重要性、取組の有効的あるいは効果的な方策を提示している。

本手引きでは、特に、継続性あるいは持続可能性を重要なキーワードと捉えており、「総合的な観光情報提供システム」の構築を目指す中で、中長期の観光情報提供手法及びその運営体制と運営手法の確立を目指している。

Ⅲ システム構築に向けた必要な取組

各地域において「総合的な観光情報提供システム」を構築するにあたり、地域で必要と考えられる取組は次のフローの通りと考える。各項目における具体的な内容や有効な方策等については、次ページ以降で示すものとする。

《各地域における「総合的な観光情報提供システム」の構築フロー》



§ 1 観光情報提供の運営に係る取組

1

観光情報提供における体制の構築

既に多くの地域においては、地方自治体や観光協会等の公的機関や民間の観光事業者等によって観光情報の提供が実施されてきている。各々の情報提供主体が、取組の良い点や得意分野を活かし、適切に役割を分担しながら、連携・協力していく運営体制を構築していくことで、より発展的な観光情報提供が可能となる。

この運営体制の構築は、「総合的な観光情報提供システム」の構築における初期段階に取り組まれることが望ましい。これは、地域の多様な主体が、「総合的な観光情報提供システム」の検討段階から参画することによって、問題意識が共有化され、地域全体での観光情報提供や観光地づくりに向けた機運の醸成が期待できるためである。問題意識の共有化と地域全体での機運の醸成により、地域が一体となって観光情報提供に取り組む体制づくりが容易となり、最適な役割分担で臨むことが可能になる。

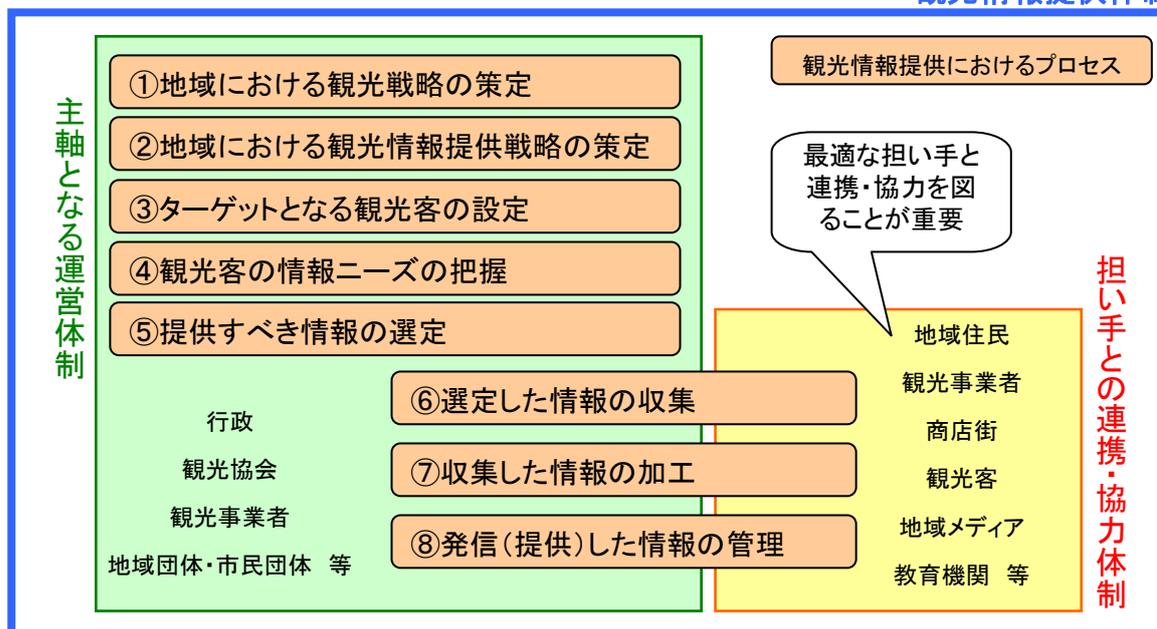
(1) 観光情報提供体制の全体像の把握

各地域では既に観光情報提供に関わっている主体が多く存在している。この多様な主体が中心となって、観光情報提供体制を運営していくことが想定されるが、それ以外にも情報の収集や加工等に関わる担い手の存在も必要である。そのため、まずは観光情報提供体制の全体像を整理する。

なお、各地域で観光情報提供体制を構築する際には、この全体像を参考とし、各地域の事情や観光戦略及び観光情報提供戦略に応じて、観光情報提供体制の全体像を整理した上で、体制の構築を進めることが重要である。

≪観光情報提供体制の全体像（例）≫

観光情報提供体制



(2) 多様な主体の参画による運営体制の構築

① 運営体制への多様な主体の参画

- ✓ 既に観光情報提供を実施している団体等が保有しているアイデアやノウハウを活用するため、多様な主体によって運営体制を構築することが重要

総合的な観光情報の提供に向けては、観光に携わる地域が一体となって観光情報提供を実施する体制づくりを行うことが重要であり、幅広く観光情報提供のためのアイデアやノウハウを収集し、それを活用していくことが、成功への秘訣である。

そのため、既に観光情報提供を行っている行政や観光協会、民間の観光事業者、NPOや地域住民等、地域の観光情報提供に携わる多様な主体の参画によって、観光情報提供の主軸となる運営体制を構築していくことが必要である。運営体制としては、それぞれの主体が、それぞれの得意分野を活かし、適切に役割分担しながら、地域全体で観光情報提供を推進していく仕組みとすることが必要である。

運営体制には、次のような主体の参画が望まれる。

【運営体制に参画が望ましい主体】

- ア. 行政(広域連携の場合は各自治体の首長レベルでの協議が必要)
- イ. 観光協会
- ウ. 観光事業者
- エ. 自治会等地域団体
- オ. NPO等市民団体
- カ. 交通事業者

② 運営体制に求められる機能と取組

- ✓ 多様な主体の参画によって成り立つ運営体制には事務局機能が必要
- ✓ 観光情報提供の取組の初期段階で運営体制を構築し、観光戦略及び観光情報提供戦略の策定を多様な主体で行うことが重要
- ✓ 各主体の得意分野等を把握し、観光情報提供における明確な役割分担を行うことが最も重要

運営体制には、観光情報提供に携わる多様な主体の参画が望ましい。多様な主体が参画することから、運営体制内には、主体間の連絡・調整（コーディネート）や各主体の個別の取組の進捗管理等を行う事務局機能が必要となる。

また、運営体制は「総合的な観光情報提供システム」の検討初期の段階で構築を行うことが効果的であり、検討初期の段階で構築された運営体制は、観光戦略及び観光情報提供戦略の策定に関わっていくことが求められる。その中で、各主体が何を得意とし、どのような役割で観光情報提供に取り組むのかという明確な役割分担を行うことが最も重要である。

【運営体制における必要な役割】

- ア. 観光情報提供戦略や事業計画等の策定
- イ. 継続的な観光情報提供に向けた運営手法の決定
- ウ. 運営手法に応じた役割分担の明確化(事務局機能や運営体制外の担い手も考慮)
- エ. 戦略を踏まえた具体的な観光情報提供手法の決定

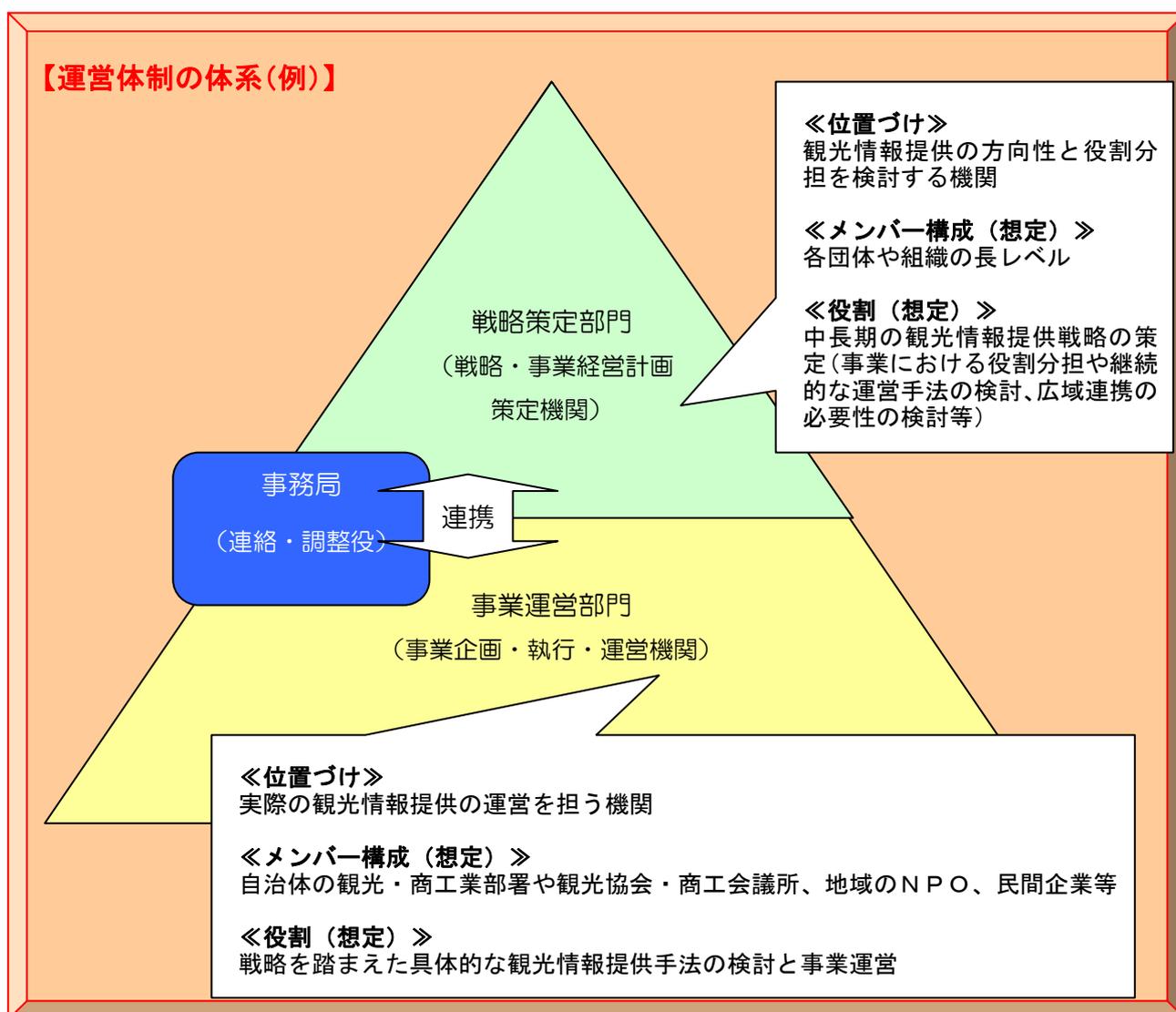
③ 運営体制の体系

✓ 運営体制において、役割分担に応じて部門に分けて取り組むことも重要

運営体制においては、参画している主体間の役割分担を明確にした上で、実際の観光情報提供を実施していくこととなるが、運営体制に参画している人材が各団体や組織の長レベルであると、直接運営に関わらないケースが出てくる。例えば、広域観光を検討している自治体では、首長レベルが運営体制の構築に役職として参画することが多いが、実際の観光情報提供の運営には、観光や商工関連部署の担当職員が担当するケースなどが考えられる。

このように、運営体制構築に当初参画している人材と、実際の情報提供に携わる人材が異なるケースがあると、運営体制としての一元管理が困難になることが想定されるため、必要に応じて運営体制内にいくつかの部門を設置し、各部門の役割を明確化した上で、運営体制としての取組を行っていくことも視野に入れることが重要である。

次図は、部門を設置した場合の一例である。



(3) 運営体制外の担い手との連携・協力体制の構築

実際に観光情報の提供を運営・展開していくにあたっては、コンテンツとなる情報の収集、加工、発信（提供）、管理等、情報提供に向けたプロセス毎に体制を構築する必要がある。多様な主体の参画により構築される運営体制において、これら全てのプロセスに対応可能な場合であれば問題はないが、ほとんどの地域においては、人材不足等により対応が困難な場合が多い。また、幅広い情報収集が必要な場合や情報加工のスキルが必要な場合には、その対応能力を持った担い手との連携・協力を図ることが不可欠である。

そのため、情報提供の各プロセスにおいて、最適な担い手を検討するとともに、その担い手との連携・協力体制を構築することによって、効果的で観光客の満足度の高い観光情報の提供を継続的に実施していくことが重要である。

① 情報収集における担い手の検討（情報源の確保）

- ✓ 各地域で主軸となって観光情報提供を担ってきた団体等の保有する情報や情報収集のノウハウの活用を検討することが重要
- ✓ 情報の性質に応じて最適な情報収集の担い手を検討することも必要

各地域には、行政や観光協会をはじめ、NPOや観光事業者、店舗や商店街、地域住民や各種団体等、さまざまな主体が個別に観光情報提供を行っているケースが多い。これら主体に対しては、観光情報提供における運営体制への参画を促すとともに、情報収集手法として、これまでに各主体が行ってきた取り組みを活用していくことが重要である。また、運営体制に参画していない団体等がある場合には、その団体等が保有している観光情報や情報収集のノウハウの活用を検討する余地がある。特に、各地域で主軸となって観光情報提供を担ってきた主体との協働により、効果的に情報収集することが可能になると思われる。

幅広く情報を収集する必要がある場合や多量の情報を確保する必要がある場合には、その土地ならではの情報を保有している地域住民の活用が考えられる。一方で、身近過ぎて、その土地に住んでいる住民だからこそ気づかないような情報を、他地域からの観光客が持っているケースも考えられる。さらに、交通の要所において、観光客の円滑な移動支援には欠くことのできない交通情報を、交通事業に関わっている事業者と連携することによって入手できる場合もある。

このように、情報の性質に応じて情報収集の担い手を検討し、最適な担い手との連携・協力体制を構築することが、効果的な情報収集につながる。なお、情報の性質に応じた情報収集（情報源の確保）については、後ほど詳しく整理して述べるものとする。

【情報収集における担い手の候補】

- ア. 地域の観光に精通した人材(例:観光案内所、観光案内ガイド・ボランティア、商店街・土産物店、地域の自然環境インストラクター)
- イ. コンテンツに精通する人材(例:美術館、博物館、窯元団体)
- ウ. 交通事業者(例:観光タクシー会社)
- エ. 地域メディア(例:地元FM局、地域コミュニティ雑誌社)
- オ. 地域住民(例:地域資源を盛り込んだ俳句・川柳・短歌や小説を募集)
- カ. 観光客(例:モニターツアー実施による観光資源となり得る地域資源を発掘)
- キ. 地元の商店街
- ク. まちづくりに関わる活動団体・NPO

② 情報加工における担い手の検討

- ✓ 情報加工における対応能力を持った人材を地域内で探し、有効活用することで、地域全体で観光情報提供体制を構築することが重要

観光客の属性や観光情報が利用される場面等に応じて、収集した観光情報の加工を行うことで、より有効な観光情報提供を行うことも重要である。

情報加工としては、外国人観光客対応としての観光情報の多言語化、外国人あるいは障がい者向けの音声ガイドへの加工等が考えられる。本来、観光情報提供の運営体制の中で、情報加工に関しても取り組んでいくべきであるが、地域の人材を活用することも有効な手段として検討する必要がある。

情報加工の手法のひとつである多言語化の担い手としては、例えば、地元大学に在籍している留学生や地域に住んでいる外国人等の地域住民を地域の資源として連携・協力することが有効である。

このように、情報加工においては、それぞれの加工に必要な対応能力を持った人材を地域の中で探し出し活用を図り、地域全体として観光情報提供体制の構築に取り組む姿勢を明らかにし、地域との連携を図っていくことが重要である。

【情報加工における担い手の候補】

- ア. 多言語対応が可能な人材(例:地元の大学の留学生、地域の在日外国人)
- イ. 音声ガイド加工を得意とする人材(例:地元 FM 局)
- ウ. コンテンツの研究機関(例:古代文化研究機関、植物園)

③ 情報発信（提供）における担い手の検討

- ✓ 観光における最新情報とアーカイブ情報の両方を保有していると考えられる、観光協会や地元メディアとの連携・協力体制が有効
- ✓ 観光情報提供のプロである地元メディアや観光ボランティアガイドとの協働によって、効果的な観光情報提供手法を確立することが重要

情報発信（観光客への情報提供）においては、発信する情報の種類にもよるが、最新の地域情報や観光情報を保有し、過去の情報についてもアーカイブ化を図っていると考えられる観光協会や地域情報誌等の地元メディアとの連携・協力体制の構築が有効であり、地域全体としての観光情報提供の充実に繋がると考えられる。

特に地元メディアは、観光情報提供のプロフェッショナルとしてのノウハウを保有しており、地元メディアが有するノウハウを活用することで、効果的な観光情報の提供につながる可能性が高い。

また、地域住民の中にも、観光ボランティアガイドを実践している等、日常から観光客への情報提供の活動を行っているケースもあり、地域住民との協働により、有効な情報発信・提供のあり方を検討することも重要である。

【情報提供における担い手の候補】

- ア. 観光事業関係団体(例:観光協会、観光案内所)
- イ. 地元メディア(例:コミュニティFM局、地域のケーブルテレビ局)
- ウ. 観光情報提供を日頃から行っている地域住民(例:観光ボランティアガイド)

地域における観光情報提供戦略の明確化

観光客が満足する観光地づくりを行うためには、観光客が、安心して一人歩きできる環境づくりや、観光活動を存分に楽しめる環境づくりを進めることが重要である。そのためには、観光客に対する適切な観光情報提供が不可欠であるが、都市部や農山漁村、多自然地域、有名な観光資源の有無等の地域毎の条件が異なることや、観光客の年齢・国籍等の属性によって、必要な観光情報や情報の入手手段が異なることから、各地域において、総合的かつ有効な観光情報の提供を行うことが困難という課題もある。

このような課題を解消するためには、まず観光地づくりを行う地域側が、自らの観光戦略と観光情報提供戦略を明確化することが必要である。

(1) 地域における観光戦略の策定

① 地域の観光資源・特色や観光客の受け入れ環境及び観光客層の把握

- ✓ 地域の範囲を限定せず、広域観光の可能性や潜在的な観光ニーズも含めて把握
- ✓ 公だけでなく民の調査結果や統計データを収集することで、幅広く観光動向を把握
- ✓ 観光客や地域住民が自然と足を運ぶ会場で、より詳細の観光動向や課題を把握

構築された観光情報提供の運営体制において、まず行なうべき取組としては、各々の観光資源・特色や観光客の受け入れ環境、現在来訪している観光客層の状況等について、現況や課題をできる限り把握し、整理することである。この際に重要なことは、地域の範囲を限定的にせず、近隣地域も含めた広範囲を対象として現況や課題を把握し、広域観光の可能性や潜在的な観光ニーズの掘り起こしも検討することである。

まず、地域の観光に関連する統計データ等の収集により大枠の観光動向を把握することが必要である。その際には、自治体や観光協会などによる公的なデータだけでなく、民間事業者による調査結果等も含めて情報収集し、地域における観光客の動向を幅広く把握することが重要である。

また、観光客や地域住民に対し、アンケート調査やヒアリング調査等を実施することで、より詳細な観光動向を把握し、課題を抽出することが求められる。調査の実施にあたっては、地域のイベントや行政のイベント会場、土産物店やスーパー等の観光客や地域住民が自然と足を運ぶ会場で実施することが有効であり、調査実施における協力を多方面に仰ぐ必要がある。

なお、海外からの観光客の動向については、上記の公的あるいは民間の調査結果や統計データの活用に加え、国内外の観光事業者・企業等観光関連団体へのヒアリング調査やその団体と連携したモニターツアー等を通じて、観光動向の把握をすることも有効であり、

将来的に協働での観光商品の開発につながるケースも考えられる。

【地域の現況と課題を把握するための効果的な実施方策】

- ア. 公的あるいは民間が収集・整理した、既存調査結果や統計データの活用
- イ. 地域イベントや行政のイベント、土産物店やスーパー等観光客や地域住民が自然と足を運ぶ会場での調査実施(そのための協力体制の整備が必要)
- ウ. 国内外の観光事業者や企業等へのヒアリング及び連携によるモニターツアーの実施(将来的な観光商品の開発を見込んで)

② 既存の観光関連計画の整理による観光戦略の明確化

- ✓ 観光におけるターゲットの設定およびターゲットの観光ニーズに対する具体的取組を明示した観光戦略を明確化することが必要
- ✓ 各観光に関わる主体が策定している観光関連計画を整理することで、地域としての観光戦略の明確化を図る
- ✓ 複数のターゲットが想定できる場合は優先順位づけを実施することが必要
- ✓ 観光戦略の明確化によって地域が一体となって取り組む機運の醸成が期待できる

地域における観光の現況及び課題を整理・把握する中では、各地域における観光のターゲットを設定することが重要である。観光におけるターゲットとは、地域として対象とすべき観光客の地域性や年齢層等であり、ターゲットが不明確であると、その地域に求められている観光ニーズや情報ニーズが曖昧となり、観光地づくりに向けた地域の取組と観光客のニーズが合致しないために、観光客の満足度の低下を招いてしまう危惧がある。満足度の高い観光地づくりのためには、観光におけるターゲットを明確に設定し、ターゲットの求めるニーズを把握・分析することで、ターゲットのニーズに即した観光情報提供を行うことが重要である。観光におけるターゲットを設定するということは、観光情報提供におけるターゲットを明確化することにつながる。

観光あるいは観光情報提供におけるターゲットを明確化するためには、観光の現況及び課題を整理・把握するとともに、地域における観光に関する基本的な方向性を明らかにする必要がある。例えば、既存の観光資源を活かした観光地づくりとするのか、あるいは新たな観光資源の開拓を行うのかによって、ターゲットは異なってくる。また、既存の観光客のリピーター増大と潜在的な観光客の拡大のどちらにより重点を置くのかによっても、より焦点をあてるべきターゲットは変わってくる。

以上から、観光におけるターゲットの設定及び地域における観光に関する基本的な方

向性を明示した、地域における観光戦略の策定が必要となるが、基本的に各地域には既に行政が策定した観光振興計画や各観光事業者が策定した観光事業計画が存在すると思われる。そのため、運営体制の中で各主体が既に策定している観光関連計画を持ち寄り、内容の整合を図る中で、観光の基本的な方向性を整理し、地域ではどのような観光活動を促したいのか、誰をターゲットと設定するのか、ターゲットに地域が促したい観光活動をしてもらうには何をすべきかを具体的に検討し、観光戦略の明確化を図ることが重要である。特に行政の観光関連計画は、地域における従来の取組を踏まえ、観光による地域活性化に向けた中長期的かつ広域的視点が含まれていると考えられる。そのため、それを機軸として、観光事業者等民間が策定した計画等の意向も踏まえ、地域としての観光戦略を策定することが求められる。

なお、観光におけるターゲットとして、複数のターゲットが想定できる場合には、地域としての優先順位をつけることで、より強化した取組を行うべきターゲットを明確化しておくことが肝要である。

このように各観光関連計画を整理し観光戦略を策定することで、ターゲットが明確化されるだけでなく、ターゲットに対する具体的な取組を地域全体で共有することが可能になる。また、地域における観光資源や人材等の発掘・再認識につながるとともに、役割分担の最適化が行われる等、地域が一体となって取り組む機運の醸成が期待できる。これは前述した体制の整備において、重要なポイントとなる。

【観光戦略の策定時に必要な視点】

イ.ア. 観光の基本的な方向性の明確化

- ・ 観光範囲の限定（広域観光も検討）
- ・ 既存の観光資源の活用の程度
- ・ 新たな観光資源の開拓の必要性の有無

ウ.イ. 観光のターゲットの明確化（複数の場合は優先度を検討）

エ.ウ. 促進したい観光活動と上記ターゲットの観光活動とのギャップの把握

オ.エ. ウのギャップを埋めるための具体的な取組の検討

(2) 地域における観光情報提供戦略の策定

① **観光情報提供戦略の策定に向けた現状把握と課題分析**

- ✓ 現在の観光情報提供は、多様な主体による各々の形式での取組であり、地域での一元的管理が未実施
- ✓ 情報の整合性や鮮度が保たれておらず、観光客が必要な場面で必要な情報を入手できないケースや提供した情報に誤解を与える要素があるケースが想定される
- ✓ 現在の観光情報提供の実態を調査・把握し、課題を整理・分析することで、より良い観光情報提供につなげ、観光客に対し満足度が高い観光地づくりとしていくことが重要

観光情報の提供にあたっては、明確化された観光戦略に基づき設定したターゲットに対して、ターゲットが求める観光情報を適切に伝えることが不可欠である。一方で、地域の観光戦略を踏まえて、地域として伝えたい情報も的確に伝え、潜在的な観光需要の掘り起こし等の新たな観光振興につなげること、つまり、ターゲットを各地域で促進したい観光活動へと誘導すること、あるいはターゲットの現在の観光活動と促進したい観光活動とのギャップを埋めることも重要である。そのため、地域における観光戦略や観光情報提供の現況を十分に調査・把握し、課題を整理・分析した結果を受けて、観光情報提供戦略を策定することが必要である。また、観光客の嗜好の多様化・個人化等の観光活動の変化や、IT化、グローバル化、少子高齢化等の時代の変化を十分考慮することも必要である。

この観光情報提供戦略の策定により、観光戦略の策定と同様の効果として、観光情報提供における具体的な取組を地域全体で共有することが可能になり、観光情報提供戦略は、地域が一丸となって観光情報提供に取り組む体制づくりの基礎となる。

そのためにはまず、観光戦略で設定したターゲットの観光ニーズから観光情報ニーズを推測し、それに対して、観光情報の提供状況の把握を行い、観光におけるターゲットの満足度や地域の観光施設への波及効果等を確認することが重要である。観光情報の提供状況としては、現在、地域ではどのような観光情報を提供しているのか、どのような情報提供手段を用いているのか、どのように観光情報を収集・選定し管理を行っているのか、といった項目について把握する必要がある。

これまで多くの地域において、行政や観光協会、観光事業者等の複数の主体が、各々の観光情報をそれぞれの形式で観光客へ情報提供しており、地域での観光情報が一元的に管理されていないことから、観光におけるターゲットに対して適切でない情報が提供されていることが懸念される。例えば、各々の主体が提供している観光情報の整合性がとれていないケースや、鮮度が落ちている情報・既に存在しない情報を発信しているケースが想定される。

情報の整合性がとれていない具体例としては、次のようなものが考えられる。「B」という通称を持つ「A施設」について、観光協会では「A施設」と正式名称でのみ情報提供

し、観光事業者間では「B」としてのみ情報提供していた場合、その土地に不慣れな観光客は同じ施設を指していることに気づかない。また、観光客が地元住民に「A施設」の場所を尋ねた場合、「B」という通称しか知らない場合は案内ができず、観光客が目的地の施設へ辿りつくのに時間がかかる、あるいは辿りつけないことも想定される。また、観光パンフレットに示してある観光地の情報が、地元住民や観光事業者との間で共有されていない場合、観光客がパンフレットの情報を基に観光地に辿りつく可能性は少なくなる。

このような観光客が必要とする場面で必要な情報を入手できないケースや、提供した情報に誤解を与える要素が含まれているケースを見直し、観光客の移動の円滑化に資することが重要であり、現在の観光情報提供の実態を調査・把握し、課題を整理・分析し、観光情報提供戦略を策定するとともに、より良い観光情報提供を行うことが重要である。

【地域における観光情報提供の現況整理と課題分析のポイント】

ア. ターゲットとなる観光客の観光情報ニーズを観光ニーズから推測

イ. 観光情報ニーズに対して、現在行われている情報提供手法を確認

- ・ 観光情報ニーズに合致した観光情報を提供しているかどうか
- ・ 観光客が必要とする場面で必要な情報が提供される仕組みとなっているかどうか
- ・ 観光客が容易に情報を入手できる仕組みとなっているかどうか
- ・ 情報の収集・更新が十分に行われ、情報の精度が確保されているか
- ・ 情報の整合性は取れているかどうか

ウ. 現在の観光情報提供体制を確認

エ. ターゲットとなる観光客の現在の観光情報提供に対する満足度を確認

② 観光情報提供戦略の策定に向けた具体的な観光情報提供手法の検討

- ✓ 観光情報提供戦略の中で、観光情報提供手法を具体的に検討することが必要

観光情報提供戦略の策定にあたっては、観光情報の提供手法を検討・整理する必要がある。具体的な検討項目としては、地域としてターゲットにどのような観光情報を提供すべきか、情報の収集・加工・管理を誰がどのように実施すべきか、情報の鮮度の向上や整合性の確保のためにはどのような仕組みが必要か、どのような手段（アナログ・デジタルも含め）を使って情報を提供すべきか等が考えられる。

なお、観光情報提供手法に係る具体的な取組においては、§ 2 で整理する。

③ 観光情報提供戦略の策定に向けた継続的な事業化の検討

- ✓ 継続的な観光情報提供のためには、持続可能な人的及び IT システム等の運営体制と運営手法が必要
- ✓ そのための事業計画を作成し、観光情報提供戦略の中に盛り込んでおくことが重要

観光情報の提供を継続的に実施していくためには、効果的な観光情報の提供手法を整備するだけでなく、継続的に運営していくための持続可能な人的及び IT システム等の体制づくりと運営手法の整備が必要である。つまり、観光情報提供の継続的な事業化に向けた検討が必要であり、それをまとめた中長期の事業経営に関する事項（事業計画）も、観光情報提供戦略の策定において盛り込む必要がある。

観光情報提供の事業化においては、運営体制の構築に係る初期費用だけでなく、運営のためのランニングコストの確保についても検討しておく必要がある。特にランニングコストの確保においては、持続可能なビジネスモデル（後述）の構築が必要となる。

《まとめ》【観光情報提供戦略の策定時に必要な視点】

- ア. 観光戦略を踏まえた観光情報提供のターゲットの設定
- イ. 情報提供を行う観光場面の想定
- ウ. 促進させたい(する必要がある)観光活動の想定
- エ. 観光客等情報の利用者ニーズの想定
- オ. 地域として伝えたい情報の検討
- カ. 地域内の情報の整合性の検証
- キ. 地域の観光関係者等との連携による地域活性化・事業化の検討
- ク. 観光に関する人的資源(観光案内所スタッフ・観光案内ガイド等)の育成

3

継続的な観光情報提供に向けた運営手法の整備

(1) 観光客に利用促進を図る仕組みづくり

- ✓ 最新の IT を活用した観光情報提供手法の場合には、各種媒体を通じた丁寧な説明やマスコミ等を活用した幅広い周知が必要
- ✓ 観光関連施設における業務と観光情報提供システムを連動させることを提案することで、観光関連施設からの観光客への利用促進を図ることが有効
- ✓ 直接観光客にサービス利用の機会を提供することも有効

観光情報の提供手法やその運営体制等が確立され、「総合的な観光情報提供システム」が構築されても、観光客による利用が進まなければ意味がない。観光客による利用促進を図っていくには、観光情報提供システムがあることを知ってもらうために、PRを行い普及に努めることが重要である。特に、二次元バーコードやユビキタス技術の活用等、最新の IT を活用した新しい観光情報の提供については、観光客向けのポスターやチラシ、パンフレット等を通じて、サービス内容や利用方法について自ら分かりやすく丁寧に説明し利用促進に向けた PR を図るとともに、地元マスコミ等も活用して幅広い周知を行っていく必要がある。

また、観光案内所や観光施設、店舗や商店街、宿泊施設、さらに主要交通拠点（駅・空港等）等の観光関連施設と連携し、それぞれの業務との連動を提案していくことで、それら施設における観光情報提供システムの活用と、観光客への利用促進を促してもらうことが有効である。

さらに、地域のイベントにおける観光情報提供システムの活用やモニターツアーの実施によって、観光客に直接、サービス利用の機会を提供することも有効である。

【観光客に利用促進を図る有効な仕組み】

- ア. QRコード付きチラシ・パンフレット等の作成及び配布
- イ. イベントの開催(例:スタンプラリーの実施、シンポジウムの開催)
- ウ. 集客イベントでのモニタリング(例:地域のお祭りでのモニタリング)
- エ. 集客スペースでの展示(例:駅構内等)
- オ. 他のイベントとの連動(例:地域をモデルにした観光体験ゲーム型イベントとの連動)
- カ. 他地域への広報(例:首都圏セールス)
- キ. ウェブの活用(例:多言語ホームページの作成)

(2) 持続可能な情報提供を行う仕組みづくり

- ✓ インセンティブの供与により継続的に情報提供できる体制づくりが必要
- ✓ ネット社会の恩恵によるビジネスモデルや民間サービスを活用することにより、効果的な観光情報提供を行うこととともに、IT システムの開発を最小限に留めることや収入・費用の確保を検討することが重要
- ✓ PDCA サイクルを回し、常に観光客のニーズに即した観光情報提供を行うことが重要

継続的な観光情報提供の運営をしていくためには、観光情報の提供体制を構築することが必要であるが、特に重要であるのは、観光情報の提供体制における担い手も含めた人材の確保と事業運営費の確保である。

人材の確保に関して、特に人材が必要となるのは、鮮度の高い観光情報の提供が求められる場合である。この場合は、一定量の情報について時間をかけずに収集する必要があり、その情報収集の担い手を確保することが最も重要となる。そのため、情報収集の担い手に、何らかのインセンティブを与える等によって、継続的に情報収集できる体制づくりが必要となる。

近年、ネット社会の台頭により、行動経済学を基本とした無料ビジネスの発展やフリーミアム（基本的なサービスを無料で提供し、さらに高度な機能や特別な機能については料金を課金する仕組み）のビジネスモデルが注目され始めている。この仕組みを活用し、無報酬で会員に情報収集をしてもらい、その情報を加工して提供するビジネスを行っている企業も存在する。会員は無報酬だが、情報を最終的に手にする利用者から感謝の声が届く仕組みがインセンティブとなっている。「総合的な観光情報提供システム」においても、このような仕組みを取り入れることは今後の利用拡大に対して有効である。また、近年無料で提供されているツイッター等の素早い評価・反応に活用できる仕組みや情報（コンテンツ）と場所とを紐づける地図情報、交通案内情報等のITサービスを活用し、観光資源や地域資源に関する情報と組み合わせることで、効果的かつ発展的に観光情報の提供を行うことが期待できる。さらに、これらの技術を活用することにより、観光情報提供におけるITシステムの構築時には、最小限のシステム開発に留めるとともに、初期費用だけでなく、ランニングコストも削減できるようにしておくことが重要である。

なお、全国的に地方財政が冷え込む現状下では、大掛かりなITシステムの構築は困難と考えられるため、国・公的機関で基盤となるシステムを構築し、各地域がASPやクラウド等を活用して観光情報提供を行う仕組みづくりも求められる。

一方、観光情報提供システムの継続的な運営のためには、安定した費用・収入の確保が不可欠である。費用・収入の確保について、既存の地域での取組では、観光事業者や交通事業者から協賛金や広告費等を募っているケースや情報提供手段（ツール）の有料貸出を収入源とするケースが多くみられた。しかしながら、昨今の社会情勢等もあり、思うよ

うに費用が集まらないケースが目立った。特に、広告費については、売上向上へつながるのかという危惧があり、賛同する店舗等は少ない状況がみられた。そのため、アフィリエイト広告（広告を通して発生した成果件数に応じて費用が発生する広告）による収入確保や、フリーミアムの考え方を適用し、付加価値をつけた情報提供に対して費用を徴収する仕組みを検討することが求められる。

また、観光情報提供システムの継続性の確保のためには、情報の提供を一時的あるいは一方的なものとし、小規模でも、定期的かつ継続的に実施していくことが必要である。併せて、観光情報提供システムの利用者からの反応や意見、感想を把握するために、双方向性を持って推進することが重要である。定期的の実証実験やモニターツアー、アクセス数の分析等を実施し、観光客のニーズや利用頻度等を把握・分析し、提供情報と観光客のニーズが合致しているか、利用の妨げとなる要因はないか等について検証することが重要であり、検証結果を受けた改善を定期的に行うことが必要である。このようにPDCAサイクルを回すことにより、常に観光客のニーズに即した観光情報提供を行っていくことが重要である。

【観光情報提供を継続的に行う有効な仕組み】

■人材面

- ア. 地域のプロフェッショナルのノウハウ活用・連携（例：地元の観光ガイドのノウハウ活用、自然環境インストラクターとの連携）
- イ. 作品発表の場の提供等による運営体制外の担い手のモチベーションの向上（例：アマチュアカメラマンや写真専門学校の生徒を情報収集の担い手として活用、地域住民が主体となって俳句・川柳・短歌コンテスト等の開催）
- ウ. 運営体制外の担い手に対するインセンティブの供与（例：観光タクシー事業者を情報収集の担い手として活用する代わりに無料 PR の場を提供、地域住民からの情報募集を行い、応募者の中から抽選で図書券を進呈）

■費用面

- エ. 観光情報提供における情報掲載料の徴収（例：観光情報提供サイトへの情報掲載料を徴収）
- オ. 基金の設立（例：地域エコミュージアム基金の設立）
- カ. アフィリエイト広告の活用（例：情報提供により商店街・店舗等で商品購入につながった場合のみ広告費を徴収）

§ 2 観光情報提供手法に係る取組

1 利用者のニーズの把握

観光情報の提供においては、具体的なターゲット（想定する利用者）を絞り込むことで、観光客が必要とする情報を必要な場面で提供することが重要である。そのため、設定したターゲットの情報ニーズを的確に把握し、ニーズに即した観光情報を効率的に収集し、効果的に提供するための検討を行い、取組を実施していくことが重要である。

(1) 観光客の情報ニーズの把握

① ターゲットに応じた観光情報ニーズの把握

- ✓ 既存調査結果を活用することでニーズを把握
- ✓ 特に外国人、障がい者の観光情報ニーズを各々の視点で検討することが必要

観光情報ニーズの把握に際しては、まず、行政や観光協会等の公的機関や民間企業等が行っている既存の調査結果を収集することが重要である。既存調査結果を分析することで、ターゲットの観光情報ニーズの把握に活用できる。ただし、観光情報ニーズを把握するために必要な調査結果が不足している場合には、別途独自の調査を行う必要がある。

特に、外国人観光客や障がい者の観光情報ニーズは、一般的な観光客向けの観光情報とは異なると考えられるため、モニターツアーやアンケート、ワークショップ等の実施を通じて個々のニーズを検討し、特別な配慮をすることが必要である。また、海外における旅行代理店や観光イベントを通じた情報収集も有効な手段である。

なお、ターゲットを複数想定している場合は、ターゲット毎の属性に合わせた観光情報ニーズを整理する必要がある。

【属性別ニーズ把握の有効手段】

- ア. 外国人のニーズの把握(例: 在日外国人の協力によるモニターツアー・アンケート・ワークショップ等の実施、既存の外国人観光客のニーズ調査結果の活用、海外エージェントや海外旅行ツアー販促イベント等の連携によるニーズの調査)
- イ. 障がい者のニーズの把握(既存の障がい者モニターツアー調査結果の活用)

② 観光場面及び観光活動に応じた情報ニーズの把握

- ✓ 観光情報が利用される観光場面や観光活動を想定して、ニーズを把握することが重要
- ✓ 観光場面におけるニーズ把握では、場所や移動手段、行動範囲等の条件を考慮することが必要
- ✓ 観光活動におけるニーズ把握では、複合的な観光活動が想定されることから、優先度をつけて重点的に観光情報提供を行う観光活動を決定することが必要

観光情報が利用される観光場面や観光活動について、観光情報提供戦略の策定時に十分な検討を行い、それぞれの場面や活動における観光情報ニーズの把握をしていくことが重要である。

観光場面とは、観光客が観光地に向かう場合の「移動前：旅行を計画する段階」や「移動中：観光地に向かう途中（交通手段も含め）」、「滞在中：観光地に到着してから（宿泊先、回遊先等）」を指しており、それぞれの観光場面における観光情報の提供戦略と観光情報ニーズを把握しておくことが必要である。その際には、場所（駅等の交通拠点、道路、観光施設内）や移動手段（自家用車、電車・バス、徒歩など）、行動範囲（地域内限定あるいは隣接地域も含む等）等の条件を考慮することが重要である。

また、さまざまな観光活動においても同様に、観光情報提供戦略における地域で促進したい観光活動の戦略と観光情報ニーズについて把握することが重要である。観光客が各地域において行う活動（まち歩き、歴史探訪、自然散策、グルメ・ショッピング、祭り・イベント、ドライブ、スポーツ・アウトドア、温泉、体験プログラム等）は多岐に渡るとともに、複合的に活動することが想定されるため、優先度をつけるなどして、特に重点的に観光情報提供を行う観光活動と観光情報ニーズを決定することが必要である。

【観光場面・観光活動に応じた情報ニーズ把握の有効手段】

- ア. 既存調査結果の活用(例:既存アンケート調査や実証実験結果の活用)
- イ. 事前調査の実施(例:モニターツアーの実施、主要交通拠点、観光・宿泊施設等での現地ヒアリングやアンケート調査の実施)
- ウ. 他のイベントとの連携(例:お祭り・展示会・集客イベントとの連携によるアンケート調査の実施)
- エ. ニーズ把握のためのシステム構築(例:利用者ニーズを常時収集できるアンケートシステムの構築)

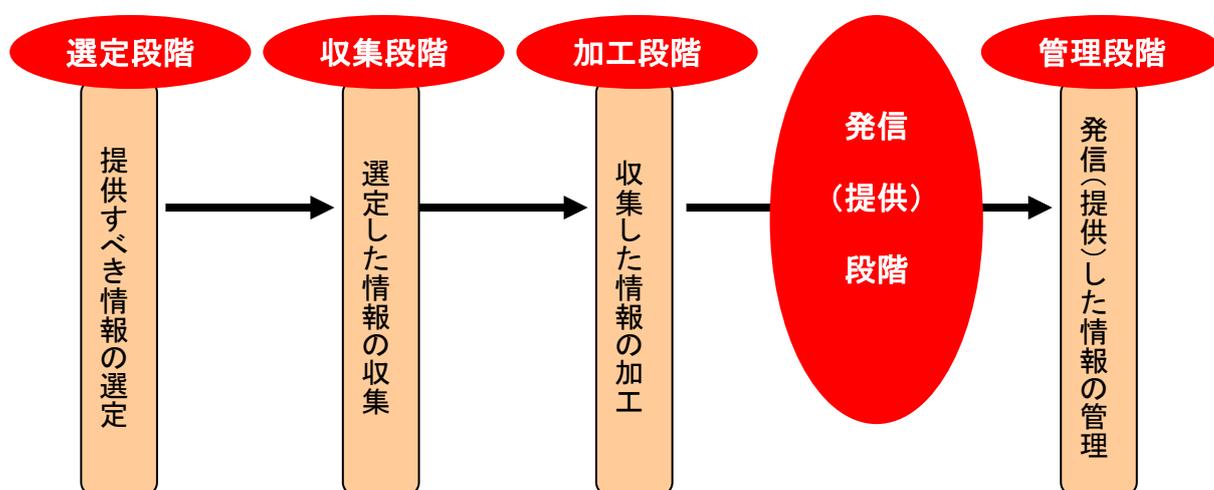
2

利用者ニーズや地域の観光情報提供戦略に合致した情報の運用

(1) 観光情報提供における運用の全体像の把握

観光客に対する観光情報提供は、観光情報提供体制において実施される。観光情報提供戦略においてターゲットとなる観光客が設定され、その観光客の観光情報ニーズを把握したら、次のとおり運用を図ることとなる。

《観光情報提供の運用の全体像》



(2) 提供すべき情報の選定

① 利用者ニーズに合致した情報の選定

- ✓ 観光客の属性や観光場面・観光活動に応じて、観光情報として位置づけられる情報が異なるため、利用者の観光情報ニーズに照らし合わせた情報を選定することが重要

観光客がどのような観光情報を欲しているかという観光情報ニーズに対応し、提供すべき情報を選定することは、観光客の満足度が高い観光情報提供を行うために不可欠である。

一般的な観光情報は、「観光資源・地域資源の情報」「観光関連施設の情報」「飲食・物産、店舗情報」「祭り等イベント情報」等が想定される。しかしながら、観光客の属性毎に必要な情報が異なったり、観光場面や観光活動に応じて求める情報が異なったりすることが考えられる。そのため、「交通情報」「行き先案内(ナビゲーション)」「ユーティリティ

ィ情報（駐車場、案内所、休憩場所、トイレ等の便利情報）」「天気情報」「双方向（コミュニケーション）情報」等さまざまな種別の情報も観光情報として位置づけられる。

このように、幅広く多岐に渡る情報が観光情報と位置づけられることから、当該地域でターゲットとなる観光客の観光情報ニーズに照らし合わせ、提供すべき観光情報を適切に絞り込んで設定することが重要である。

また、緊急時の対応につながる情報として、「災害情報」、「警察・病院関連情報」や、障がい者の移動の円滑化に資する「バリアフリー情報」等についても、提供すべき観光情報として設定すべきかどうかを検討することが必要である。

【利用者ニーズに合致した情報選定】

- ア. 外国人観光客のニーズに合致した情報選定（例：空港や主要交通拠点からの行き先経路、長期滞在に関する生活情報）**
- イ. 障がい者のニーズに合致した情報選定（例：障がい者用ユーティリティ情報）**
- ウ. 地域特有の情報選定（例：自然の影響を受けやすい地域における天候・災害情報）**
- エ. 観光客毎の状況に応じた情報選定（例：観光客の地域資源への習熟度に応じた情報）**

② 地域の観光情報提供戦略に合致した情報の選定

- ✓ 観光情報提供戦略に沿った新たな観光資源の開拓のための情報選定が重要
- ✓ 広域観光を検討する場合には、近隣地域の情報等幅広く情報を選定していくことが重要

観光情報の提供にあたっては、単に観光客が求める情報提供を行うだけではなく、観光情報提供戦略に沿った、地域として発信していきたい情報を提供することも重要である。地域からの観光情報の発信によって、潜在的な観光ニーズの掘り起こし等新たな観光資源の開拓に寄与することが可能となる。このためには、観光情報提供戦略の策定とともに、これまでのまちづくり・地域づくりの中で発掘あるいは再発見された情報として、地域の歴史や文化に根ざした地域独自の魅力に関する情報、及び地域住民が推薦する口コミ等を活用した「地域らしさ」に関する情報等を、提供すべき観光情報として検討し設定していくことが必要である。

また、現状として広域観光のニーズが高い場合や、今後広域観光への展開を図ろうとしている場合には、観光客の行動範囲（あるいは行動を誘導させたい範囲）に基づいて、近隣地域の情報等も含めた幅広いエリアの観光情報の選定をしていくことが重要である。

【各地域の観光戦略に合致した情報の選定】

- ア. 潜在的な観光ニーズの掘り起こし(例:地域住民参加による「地域らしさ」情報)
- イ. 地域独自の魅力の発信のための情報選定(例:ウォーキングプログラム、「花・植物」情報)
- ウ. 広域観光の展開に向けた情報選定(例:近隣地域を含めた広域に跨る観光資源・交通情報)
- エ. 観光情報の一元化(例:観光協会・商店街等が提供する情報の一元化)

(3) 選定した情報の収集

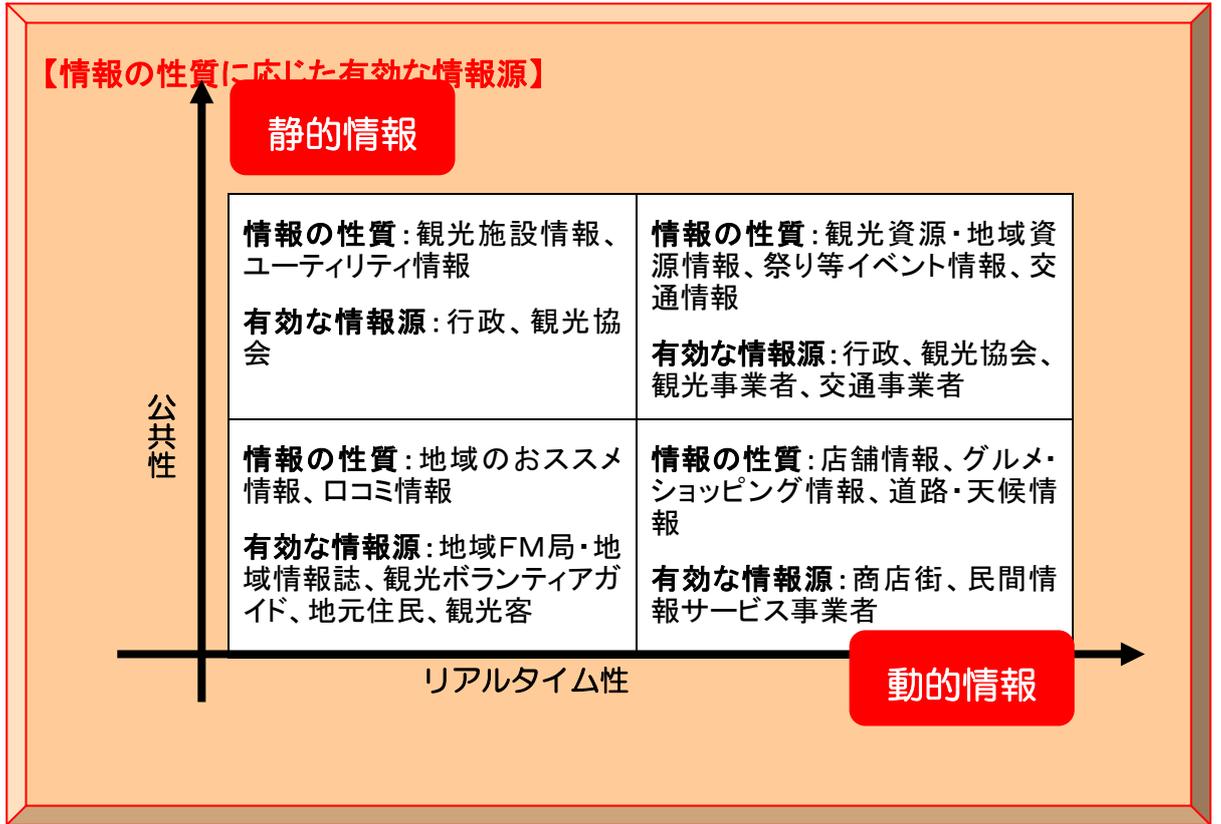
① 情報の性質に応じた情報源の確保

- ✓ 公共性とリアルタイム性、あるいは動的・静的といった情報の性質に応じて適切な情報源を確保することが重要

提供すべき観光情報に関しては、観光情報の提供体制において、情報内容の性質（特性）に応じた情報収集を行うことが重要であり、情報の性質に応じて情報源も異なってくる。

例えば、公共性が高い観光施設の位置情報については、確実な情報が必要とされるが、一度情報を収集すれば、施設の場所が移転しない限り、再度情報収集（情報更新）する必要はなく、リアルタイム性は低い。これら施設の情報については、施設自体や観光協会、行政の観光部門等が情報源と考えられる。一方で、地元住民や一部の観光客しか知らない場所や、食べ物等の情報については、公共性は低く、情報源も限定される。しかしながら、幅広く情報を収集することが必要であり、リアルタイム性も求められる情報であることから、「即時に」多量の情報を収集できるよう情報源を確保することが必要となる。

情報の性質に応じた有効な情報源は、次図のとおりである。運営体制の構築の中でも触れたとおり、これまで、行政や観光協会等が、地域の観光情報提供を主軸となって実施してきた地域においても、観光関連の事業者や地域メディア、店舗や商店街、まちづくり団体、地域住民等の各自で情報提供を行っている主体を情報源として連携・協働を図ることによって、幅広い情報収集ができ、より観光客の観光情報ニーズに合致した情報提供が可能になる。特に、まちづくり団体や、タウン情報誌・フリーペーパー誌・ケーブルテレビ・地域FM等地元メディアは、地域の情報を収集・編集・発信するスキルを有していることから、これら団体との連携・協力を推進し、各々が保有する情報（コンテンツ）や情報提供のノウハウを活用しながら、適切な情報源として連携し、継続的に情報収集を行うことが重要である。



② 収集情報の精度及び信憑性の確保のための仕組みづくり

- ✓ 信頼性のある情報源からの情報収集により、情報の精度・信憑性を確保
- ✓ 信頼性が担保できない場合には、情報の性質に応じた対応を実施することが必要

提供すべき観光情報の収集にあたっては、情報の信頼性が重要である。情報源の信頼性が明らかであれば、情報の精度・信憑性も高いと考えられるが、情報源及び収集した情報の信頼性が担保できない場合には、情報の性質に応じて情報の精度・信憑性の確保に向けた対応を行うことが必要となる。

静的な観光情報については、信頼性の高い情報の収集として、行政や観光協会等の公的機関や学術関係機関、観光ガイド等の専門家からの情報収集が第一である。それが困難である場合には、情報収集段階において公的機関等の協力を仰ぎ、内容を精査・確認する仕組みをつくることで、情報の精度・信憑性を確保することができる。

一方、動的な観光情報における情報の質の向上は、幅広い情報源から多量の情報を収集することにより、量を質に変えるよう努めることが有効である。ただし、幅広く情報源を確保することにより、信頼性の確度は低くなることが想定されるため、補完する仕組みとして情報源を登録制とし一定の審査や規約を遵守させることにより、信頼性を担保する仕組みを取り入れること等が考えられる。

また、民間情報サービスを活用することで、収集した情報の精度や信憑性を確保することも有効である。

【情報の性質に応じた情報の精度・信憑性の確保】

ア. 静的情報の収集における工夫

- ・ 公的機関等信頼性のある情報源からの情報収集
- ・ 公的機関等による情報内容の確認への協力要請（例：教育・研究機関による監修）

イ. 動的情報の収集における工夫

- ・ 多量の情報を収集することにより情報の品質を担保《量で質を補完》
- ・ 情報源に対する一定の審査を実施《個人や特定の企業・団体等の誹謗・中傷を行わない旨を記した規約を遵守させる等》（例：情報源の登録制）
- ・ 民間情報サービスの活用（例：地図情報、グルメ情報、動画情報のサービスの活用）

③ 継続的な情報収集に向けた仕組みづくり

- ✓ 情報収集の担い手には、インセンティブの供与等情報収集に対する効果が実感できる仕組みづくりが必要
- ✓ 情報収集の担い手の負荷軽減のため、収集情報を容易に提供できる仕組みづくりも必要

公共性が高くリアルタイム性の低い静的情報の場合は、一度情報収集すると、短期間で情報収集が必要な状況とはならない。一方で、リアルタイム性の高い動的情報を観光客等に継続的に提供していくためには、適切な情報源から、常に新鮮な情報を収集することが必要である。そのためには、情報源に対して、情報収集することへのメリットを提示し、インセンティブを提供する等、情報収集におけるモチベーションを高める仕組みづくりが必要である。

情報源へのインセンティブの供与に関しては、情報収集に対する効果が実感できる仕組みづくりが有効である。また、観光情報を収集する人材の育成に向けた講習会の実施等も重要である。

さらに、情報源となる協力者・団体等が、収集した情報を容易に提供できる仕組みを構築することによって、情報源の負荷軽減を図り、より多くの新鮮な情報を収集してもらうよう考慮することも重要である。そのためには、収集した情報を即時に提供できる仕組みの構築が必要であり、簡単に情報の登録・書き込みができるCMS（コンテンツマネジメントシステム）やブログ、ツイッター等の構築も求められる。

【継続的な情報収集のための有効な仕組み】

- ア. 情報収集の効果が実感できる仕組みの構築(例:アマチュアカメラマンや写真専門学校の生徒に対して作品発表の場を提供し、評価をフィードバック、観光タクシー事業者に無料PRの場を提供、観光情報による集客効果を商店街等へフィードバック)
- イ. 誰でも容易に情報の登録・更新ができる仕組みの構築(例:CMS、ブログ、SNS、ツイッター、GPS付き携帯電話のカメラ機能の活用による投稿システムの構築)

(4) 収集した情報の加工

選定して収集した情報には、そのまま情報として提供できる場合と、観光客等の利用者が活用しやすいよう加工が必要な場合がある。情報の加工が必要な場合には、情報提供のための運営体制において加工を行うか、体制外の担い手との連携・協力体制によって行う必要がある。

① 収集情報の統一化及び整合性の確保のための情報加工

- ✓ 情報収集の段階で一定の基準をルール化し、自動的に情報の統一化及び整合性が確保できることが望ましい

収集した情報については、表現等にばらつきがあることが想定される。特に、動的情報については、多方面の情報源から収集した情報であり、表現等のばらつきは大きいと想定される。そのため、観光情報提供システムにおける情報提供に際しては、情報の加工を行い、情報の内容・デザイン・文言等の統一化により提供する情報の整合性を図ることで、観光客等の利用者が情報を活用しやすくなる必要がある。

情報の加工にあたっては、運営体制内において専門スキルを有する観光協会等のスタッフを活用することが想定される。なお、収集した情報は、データベース化を行う等により、運営体制内で一元管理をすることが求められる。

しかしながら、情報の加工に係る人材や時間を確保できないケースも多いと想定される。そのため、情報源から情報を収集する段階において、予め一定の基準をルール化しておき、ルールに沿った収集を行うことで、自動的に情報の統一化、整合性が確保される仕組みの導入が望ましい。例えば、写真等の情報コンテンツ収集においては、撮影日時、場所、写真の内容、撮影者に関しては統一フォーマットを設定し、写真の説明文は、文字制限のみを設けた自由記述とすることで、情報の統一化を図る。併せて、位置情報については、予め統一された表現に基づく選択式にすることや撮影にGPS付きカメラを用いることを義務づけることによる自動的な位置情報の付与等により、内容の整合性を確保することが可能となる。

【収集情報の統一化及び整合性の確保のための有効な情報加工】

- ア. 情報収集段階での統一化及び整合性を確保(例:収集した情報を集約する際の入力フォーマットを統一)
- イ. 情報の種類別に情報加工(例:観光情報・生活情報・環境情報で役割分担して情報加工)
- ウ. 専門スキルを保有した人材による情報加工(例:観光協会、地域情報誌編集者による加工)

② 利用者に応じた情報加工

- ✓ 利用者の属性に応じた情報加工を行うことによって利用促進を図ることが必要

観光情報を必要とする観光客のターゲットに応じて情報の加工を行うことで、観光客が利用しやすい情報として提供することが重要である。

特に外国人や障がい者に対しては、情報の多言語化や音声ガイド加工等の情報ニーズに対応できるよう情報加工を行うことが必要である。

また、一般的な観光情報に関しても、観光客の認知度や習熟度に応じ、それぞれが利用しやすい形に加工することで、利用を促進してもらうことが重要である。

【利用者に応じた情報加工】

- ア. 情報の多言語化(例:外国人対応としてコンテンツを多言語化)
- イ. 情報の音声ガイド加工(例:高齢者や視覚不自由者、外国人対応としてコンテンツを音声化)
- ウ. 観光客の習熟度に応じた情報加工(例:地域の歴史等に対する習熟度に合わせて解説等を付加)

③ 人的負荷を軽減する情報加工の仕組みづくり

- ✓ 地域における人材の活用による情報加工により地域全体としての観光情報提供を実施することが重要
- ✓ 民間施設や民間サービスとの連携により、最小限の情報加工とすることも重要

運営体制内において、情報加工の体制が組める場合は問題ないが、多くの地域で、情報加工に携わる人材が足りない、人材への負荷が高いといった課題がみられる。特に、情報加工の代表格である多言語化については、対象とする言語に対応できる人材がいないという地域も少なくない。

そのため、外国人観光客に対応した情報の多言語化を行う際には、地域の大学の留学生や在日外国人等の人材との連携・協力を図ることで、運営体制側における情報加工の負荷を軽減することも必要である。この連携・協力体制を構築することで、彼ら／彼女らに観光情報提供の一端を担ってもらうことが可能となり、地域社会の一員として外国人観光客へのボランティアガイドへの活用などの展開も期待できる。

また、全ての情報の多言語化を行わず、必要最小限な情報（例：場所、時間のみ等）のみを情報加工することとし、それ以上の多言語による情報提供については、通訳等の専門スタッフがいる観光協会やホテルのコンシェルジュが対面や電話等で直接対応する場所との連携・協力体制を構築することで、情報加工の負荷を軽減することも一つの手法と考えられる。

【負荷を軽減した情報加工の取組】

- ア. 地域の専門スキルを有した人材との連携・協力体制の構築（例：地元大学の留学生や在日外国人等による多言語対応）
- イ. 民間施設や民間サービスとの連携（例：ホテルのコンシェルジュや観光協会のスタッフの活用により情報加工を最小限に抑制）
- ウ. IT の活用（例：民間事業者が提供する ASP サービスを利用して地図・道路情報のメンテナンス・管理の手間を軽減、携帯サイトやウェブサイトの日・英語版変換機能や自動翻訳機能を搭載）

(5) 発信（提供）した情報の管理手法の整備

① 発信情報の一元的な管理手法の構築

- ✓ 情報管理責任者の設置や管理する基準・ルールの設定が必要
- ✓ 人による管理だけでなくITシステムを活用した一元的な管理も重要
- ✓ 管理をする人材を育成することも重要

効果的な観光情報の提供を実施していくためには、収集した情報及び発信する情報について、一元的な情報管理を行う必要がある。しかしながら、多くの地域において情報管理に対応できる人材が確保できないとの課題がみられる。情報の管理については、情報の収集段階において、統一化され整合性のとれた品質の高い情報を収集できる仕組みとすることで、管理の負担を軽減することが第一である。

動的情報のように、多方面の情報源から収集した情報を管理するためには、運営体制内において、多方面からの収集情報の管理に精通した人材を確保し、管理体制を構築することが求められる。管理体制としては、情報管理に関する責任者を設置するとともに、管理を行うべき提供情報の内容や情報セキュリティ等に関する基準やルールを設定し、情報の管理を行うことが望ましい。また、情報の管理としては、情報公開の仕組み等に関する法的な検討・整理を進めることも必要である。

さらに、情報の管理に関するガイドラインを策定し、運営体制全体として取り組むことができる仕組みとすることも重要である。先の情報管理責任者によるチェックだけではなく、情報全体の管理及び更新時のチェックが可能なバックオフィス機能（共通データベース、CMS等）を設置するなど、ITシステムを活用した一元的な管理を行なえるようにすることが望ましい。また、将来的に情報の管理を担っていく人材を運営体制として育成していくことも必要である。

【発信情報の効果的な管理手法】

- ア. 情報管理者の設置等必要なスキルを保有した人材によるチェック体制の整備
- イ. 管理における基準やルールの策定
- ウ. ITシステムによる一元的な管理(例:データベースの一元化、CMSの構築)

② 発信情報の精度及び信憑性の向上のための管理手法の構築

- ✓ 情報収集と同時に情報更新できる等精度・信憑性の向上が図れる仕組みの構築が望ましい
- ✓ 積極的な民間サービス活用による観光情報提供のサービスの質の向上を目指す一方で、規約の設置等により責任範囲を明確化しておくことが重要
- ✓ 情報を客観的に評価・確認する機能を搭載することで、情報の質を担保することも重要
- ✓ 情報の性質に応じた管理が必要

情報の精度・信憑性の向上に関しては、情報の発信源への確認と情報の更新による鮮度の確保が考えられる。例えば、情報の発信源である観光施設や店舗等の担当者に対する直接取材による確認、ウェブサイトやメール等の活用による1日1回程度の情報更新による鮮度の確保が考えられる。

しかしながら、直接取材等の人材及び時間を必要とするやり方では、継続的に取り組むことは困難である。そのため、不特定の情報源から情報の収集を行う場合には、情報提供者に対して一定基準による認定（選定）を行うことで、情報源の信頼性による情報の精度を確保することが有効と考えられる。また、収集情報の統一化を行い、整合性を図ることで、情報収集と同時に情報更新が可能となる仕組みとすることが望ましい。

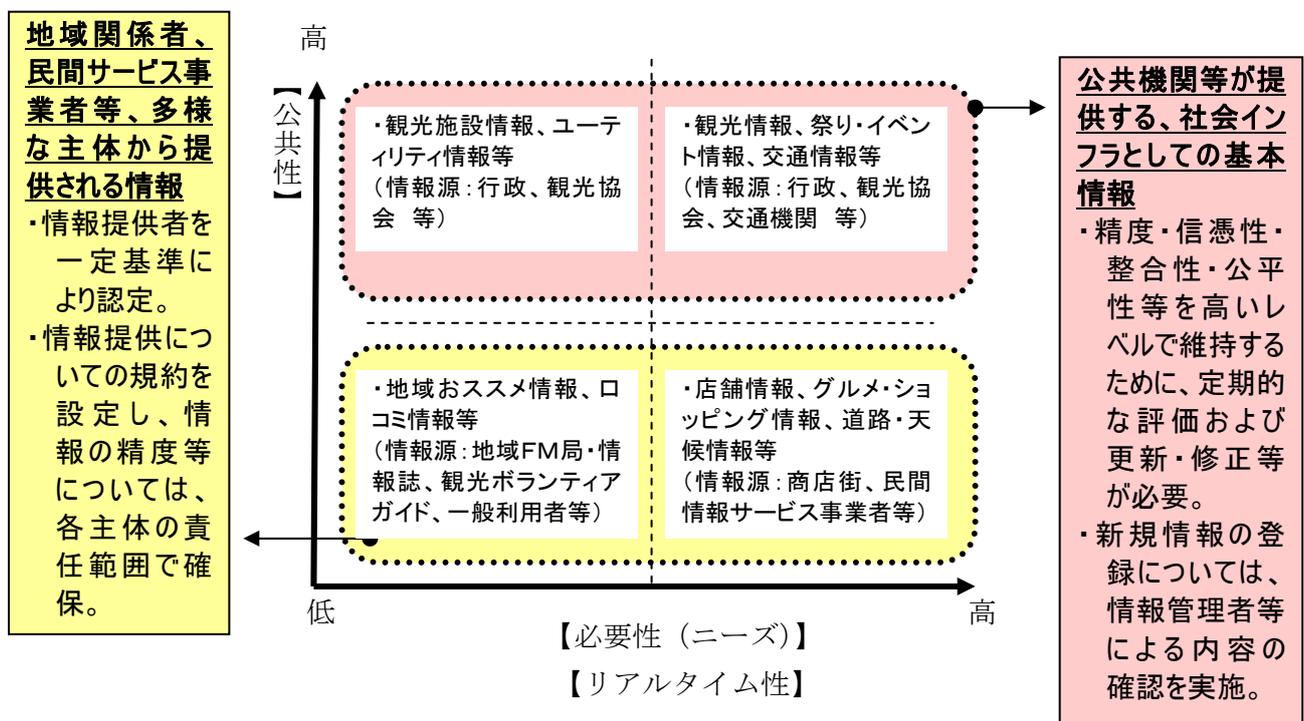
また、民間情報サービス事業者が既に提供している情報やサービスについては、積極的に活用していくことで、地域全体としての観光情報の提供を推進していくことが重要である。例えば、地図情報や交通案内情報、グルメ情報等については、既にサービスを展開している事業者が多数存在する。それら事業者のコンテンツやサービスを観光情報提供システムにおいて活用することで、観光情報提供に関するサービスの質の向上を目指すことも重要である。一方で、これら事業者のコンテンツやサービスにおける情報には、情報の精度・信憑性・整合性・公平性が確保されていない情報が含まれる場合も想定される。そのため、これら事業者のサービスと連携して観光情報提供を行う場合には、予め規約や協定によりそれぞれの責任範囲を明確にしておくことが必要である。

加えて、ITシステムを活用し、利用者のレビューや口コミ情報を収集することで、情報の精度・信憑性等を客観的に評価・確認する機能（レコメンデーション機能）をシステムとして持つことも検討することが重要である。利用者の反応や評価を収集することは、情報収集の協力者のやる気を向上させることにもつながる。利用者の反応を収集する手法としては、観光情報提供システム内において、評価指標（ランク）を提示し、利用者が、各情報に対する満足度や有効性を採点し、評価を書き込み（レビュー）できるようにすることが想定される。また、利用者の記入した採点や評価を自動的に集計し、各情報のランク付けに反映させるようにすることも可能である（例：アクセスランキングや協調フィルタリング等）。

性質が異なる多くの情報を一元的に収集する場合は、全ての情報に対し、精度・信憑性・整合性・公平性を一律に確保することは難しい。そのため、情報の性質に応じて、公

共性及び必要性（ニーズ）等を軸とした分類を行い、その分類毎に、対応手法（ルール等）を分けて管理していくことが望ましい。例えば、公共施設の位置情報等の静的な情報に関しては、一度正確な情報を収集すれば、施設の移転や廃止がない限りある程度の年月について、情報の管理・更新の必要がないが、不特定の情報源から収集される動的な情報については、情報の精度や鮮度が求められ、情報の管理・更新を頻度高く行っていくことが必要である。

なお、観光情報を継続的に収集・提供することにより、提供する「情報量」が増大し、利用者が必要な情報を手に入れづらくなることも考えられる。その解決策としては、利用者の視点に立った検索機能を導入し、欲しい情報に素早く到達できる工夫をする等が考えられる。



3

利用者ニーズや地域の観光情報提供戦略に 合致した情報提供手段の設定

(1) 利用者属性に応じた情報提供手段（ツール）の設定

① IT ツールの活用

- ✓ IT ツールのメリットとデメリットを把握し、利用者の属性等に応じてツールを設定することが重要

情報提供手段としては、既存の案内標識、パンフレット・チラシ、観光案内所、案内ガイド、FM局・CATVの地域メディアから、ウェブサイト・携帯電話や情報端末、デジタルサイネージ等のITを活用したものまで、さまざまなものが考えられる。情報提供手段の選定にあたっては、地域の観光情報提供戦略を踏まえ、情報提供におけるターゲット、ターゲットの観光情報ニーズ、提供情報の内容に応じた情報提供手段・媒体を選択することが重要である。

二次元バーコードによる携帯版ウェブサイトの携帯電話での利用やカーナビゲーションシステムの活用、その他の携帯端末の利用など、新しい観光情報の提供手段・媒体が活用されてきている。これらの手段・媒体は、従来の観光案内板やパンフレット等の紙媒体に比べ、より多くの情報を提供することができる、検索等の付加機能を付けることができる、容易に情報の更新ができる、リアルタイムの情報を提供できる、音声による情報提供ができる、多言語による情報提供ができる、GPS等による位置情報・経路情報の提供ができる、景観を阻害しない等の多くの利点がある。一方で、情報が多過ぎて分かりづらい、文字が小さすぎて見づらい、媒体が一般的でなく使用方法が分からない等の課題もある。これら手段・媒体の利用にあたっては、各々の長所・短所を把握し、情報提供のターゲット、観光場面、観光活動等に合った手段・媒体を選択することが求められる。

また、携帯電話等のIT機器は、若い年代には良いが、高齢者等のITに不慣れなターゲットにとっては利用が困難な場合が多い。その場合、案内看板やパンフレット等の紙媒体を中心とした情報提供を行うことが有効であることも考えられる。そのため、IT機器を情報提供手段とする場合は、なるべく利用者が操作を必要としない情報提供（プッシュ型）や音声案内を活用する必要があると考えられる。

外国人観光客に対しては、案内看板の多言語表記、外国語版パンフレット、多言語による画像や音声案内が可能な情報提供システム（PDA等の携帯端末やカーナビ）、外国語ボランティアによるコールセンターによる情報提供が有効であると思われる。なお、携帯電話は、各国によって機能が異なり、メールのやり取り、二次元バーコードの読み取り、携帯版ウェブサイトの閲覧は、外国人観光客には扱いづらい場合がある。

このため、各ITツールのメリット・デメリットをきちんと把握し、利用者に応じたツールの設定が必要である。

【効果的な IT ツールの活用】

- ア. 利用者分析につながるツール(例:アクティブタグと携帯電話を通じて、利用した観光客の移動情報の分析ができる機能を搭載)
- イ. 利用者に付加価値を提供できるツール(例:ウォーキングコースを歩くことによって消費カロリーを計算できる機能を搭載)
- ウ. 利用者に応じた情報が提供できるツール(例:携帯サイトやウェブサイトにも自動翻訳等多言語対応機能を搭載)

② 多様な情報提供ツールとの連携

- ✓ 多様な媒体を活用する場合には、情報内容の整合性の確保が必要
- ✓ IT 機器だけに頼らず、アナログ媒体も活用し、各々の長所を活かすことで観光客等利用者のニーズに対応することが重要

既に各地域では、多岐にわたる媒体によって情報提供が行われている。具体的には、案内標識や地図、パンフレット、ガイドブック等の紙媒体をはじめ、PCや携帯電話等のIT機器、観光案内所や観光ガイド等の人的対応等があげられる。しかしながら、観光や交通、防災、店舗等の各種情報が観光事業者、交通事業者等のさまざまな提供主体によって、各々の目的に沿った媒体を通じて提供されているため、提供される情報の整合が十分にとれていないことや、利用者にとって必要な情報を網羅的に入手するのが困難であること、必ずしもニーズに対応した情報提供媒体となっていないことなど媒体に関する問題が生じている現状もみられる。

そのため、総合的な観光情報の提供にあたって多様な媒体を活用する場合には、情報の整合性を確保し、一つの情報提供手段に偏らないワンソース・マルチユース（一つのデータ（情報）を複数の目的やメディアで利用すること）とすることが必要である。案内標識や紙媒体、IT機器等の各媒体の長所をうまく組み合わせ、地域の状況に合った、観光情報提供システムの構築が望まれる。特に、IT機器等の最新技術を導入する場合であっても、観光情報提供の目的を達成するための多様な手法の一部でしかないことに留意し、「IT端末ありき」の情報提供にならないよう、十分に注意を払う必要がある。併せて、利用者のニーズに対応し、適切な媒体による情報提供が行われるよう、既存の仕組みも活用した人的なフォロー体制を構築することも必要である。

【既存ツールとの有効な連携】

- ア. アナログツールとITツールとの連携（例：パンフレット・ガイドマップ・観光案内プレート・案内標識（音声ガイド付）等と、PC、二次元バーコードを通じた携帯サイト等との連携によりITに不慣れな高齢者に対応）
- イ. 外国人向けの情報提供に多言語版フリーペーパー等を活用
- ウ. 観光案内所スタッフやボランティアガイド等、人的な案内とIT機器での情報提供を併用

(2) 観光情報提供戦略に合致した情報提供手段（ツール）の設定

- ✓ 観光情報提供戦略で設定した地域が促進したい観光行動に応じて、ツールを設定することで、地域観光の活性化を図ることが重要

情報提供手段の選定にあたっては、地域の観光情報提供戦略に合致した提供手段を選定することが重要である。観光情報提供戦略を踏まえ、観光場面や観光行動に適した情報提供手段を検討する必要がある。地域の特性や情報を提供する場所・場面、情報提供のタイミング等を想定し、「いつ」「どこで」「誰に」「どのような」情報を提供するか、それぞれの状況に適した情報提供手段を検討しなければならない。また、情報提供手段の選定を通じて、地域が促進したい観光行動に利用者を誘導し、地域観光の活性化を図ることも重要である。

特に、移動中・滞在中の情報提供においては、携行可能な情報提供手段を活用することが有効である。二次元バーコードを通じた携帯版サイトやカーナビ、その他の携帯型情報端末を活用した情報提供が効果的であり、主要な交通拠点（駅やバス停等）、道路標識等に提供情報へのアクセスポイントを設置することを検討する必要がある。また、「まち歩き」等の観光活動を促進させるためには、商店街等への案内機能の設置が有効である。

加えて、ユビキタス技術を活用することで、場所・利用者属性に応じた情報提供（現在位置案内、施設情報提供、経路探索、移動案内）が可能となり、回遊性を高めるのに効果的である。その際、位置特定インフラの設置にあたっては、情報提供の目的に応じてプッシュ型（利用者による積極的な情報取得動作を必要としない方式）・プル型（利用者による積極的な情報取得動作を必要とする方式）を選択することが有効である。

【観光情報提供戦略に合致した情報提供手段】

- ア. 地域内での「まち歩き」移動を促すための情報提供手段（例：二次元バーコード等を通じた携帯版サイト、PDA等の情報携帯端末、まちなかでの情報端末の活用）
- イ. 場所・利用者属性に応じた情報提供種段（例：携帯型ゲーム機の活用、ユビキタス技術の活用）
- ウ. ドライブによる観光を振興させるための情報提供手段（例：カーナビやマップコード、ETCアンテナの活用）