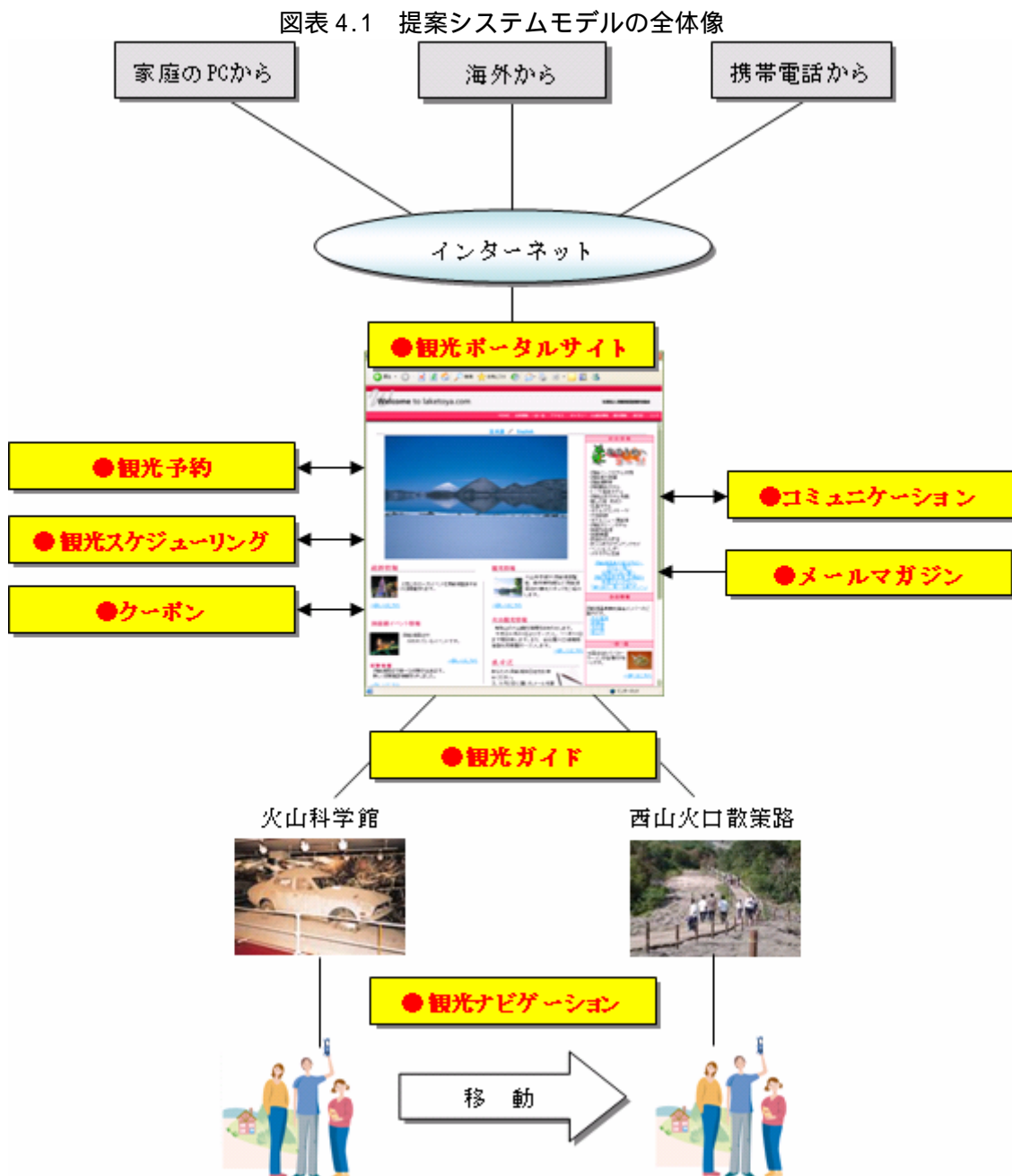


## 4. 洞爺湖周辺地域における今後の効果的なモデルのあり方

### 4.1 洞爺湖周辺地域における提案システムモデルの概要

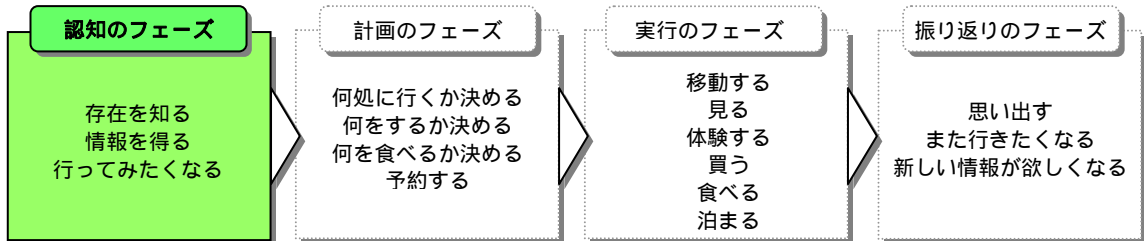
#### 4.1.1 提案システムモデルの全体像

「観光ポータルサイト」を中心に、全体像の中での各システムモデルの位置づけについて、図表 4.1 に示す。



#### 4.1.2 提案システムモデルの概要

3.2.1 項で検討してきた観光客行動のフェーズから抽出した提案モデルについての概要を以降に記載する。



##### (1) 観光ポータルサイト

もともと、地域性と汎地域性は、文化人類学からマーケティングに至るまで、常に語られてきたテーマである。地域には独自の魅力と有益性をもつコンテンツが重要であり、それは決して大手事業者が運営しているポータルサイトでは表現できず、地域ポータルのみが得意とする領域であり、現実に全国各地に、地域情報誌や地域ローカル紙、ラジオ、テレビのローカル局等の地域メディアが成立している。

その背景として、人は地域という生活圏を舞台に活動し、関係を結ぶ、地域には人がかたちづくる独自の文化が成立する、コンテンツはその文化を背景に地域に存在する、という構造が存在する。

大手事業者の肥大化するその情報は、地域で生活する住民にとって必ずしも有益な情報ではなく、また地域経済にとって有効ではなかったのが実状である。インターネットが普及し、メディアとしての利用度が增大するに従って、地域の深くきめ細かな情報への希求力が求められることは必然であり、そこに地域ポータルサイトの可能性が大きく広がっている。

地域の文化を背景にもつ、メディアとしての地域ポータルサイトは、地域の生活・産業・文化の情報を流通させ、対外的には地域ブランディングの形成に寄与し、地域経済の活性化に貢献するものとなる。

洞爺湖周辺地域ポータルサイトの構築事例を下記に示す。

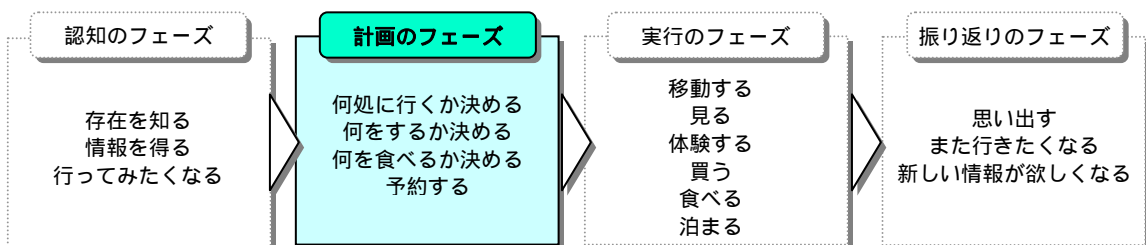
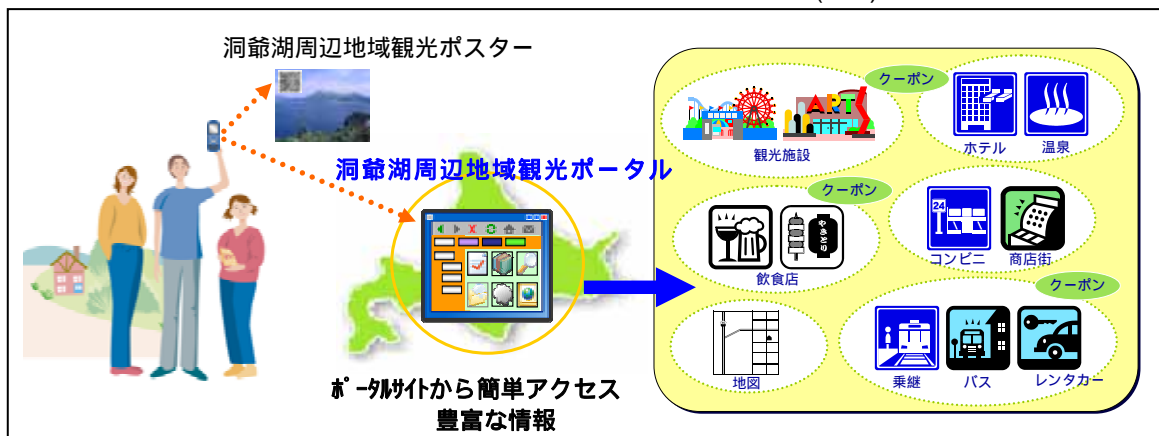
図表 4.2 観光ポータルサイトのイメージ(1/2)



洞爺湖周辺地域ポータルサイトの構築にあたっては、利用者の期待や利用頻度を高めるためにも、モバイルへの対応が求められる。

特に観光が地域経済を支えている洞爺湖周辺地域では、利用者の多くが手軽で便利な携帯電話等を利用することが予想されることから、駅や各観光施設、宿泊施設、飲食店などで携帯端末から観光客が容易に観光ポータルサイトへアクセスし、必要な洞爺湖周辺地域の情報を簡単に入手することが可能となり、より観光客への利便性が高まる。また、地域情報を求めている道外の人（観光客や興味のある人）の囲い込みにも繋がる可能性を秘めている。

図表 4.3 観光ポータルサイトのイメージ(2/2)



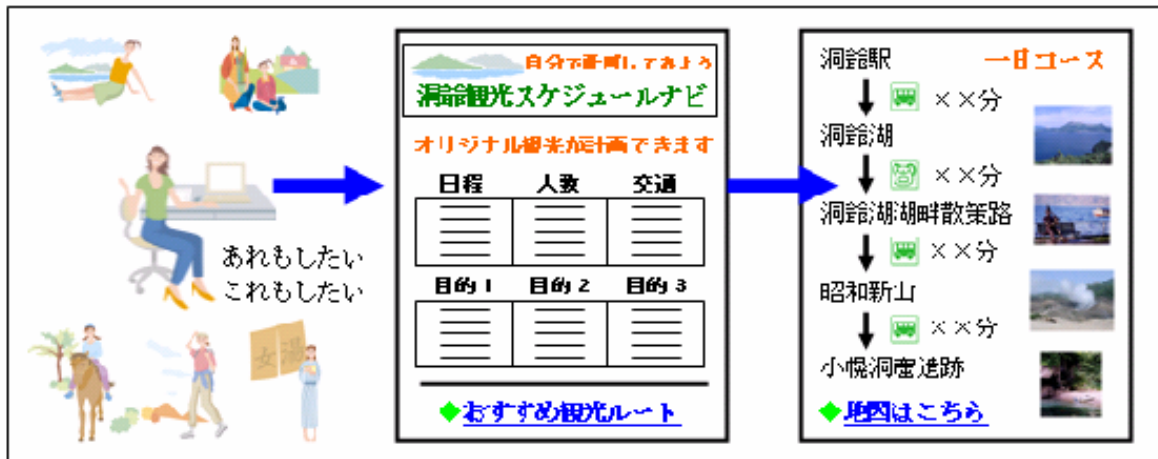
## (2) 観光スケジュールリングシステム

観光客が洞爺湖周辺地域を訪れる目的は様々である。自分で訪れる前にガイドブックやインターネットで詳細に調べてくる人や、中には温泉だけが目的で訪れ、時間を余し「何かを見たい」、「何かを体験したい」と思う人など多くのケースが予想される。

このように多様化した観光客のニーズに応えるためには、豊富な洞爺湖地域の観光資源の中から、それぞれのニーズにあった観光スケジュールを選択可能とするシステムの構築が望まれる。

自らの目的や時間、趣味、嗜好などから旅を楽しんでもらうためのオリジナルな観光スケジュールリングが容易に実現できるサービスの提供により、一度で周りきれなかった観光客のリピータや、自分がスケジュールリングした観光の友人・知人への口コミなど大きな波及効果が期待出来る。

図表 4.4 観光スケジュールリングシステムのイメージ



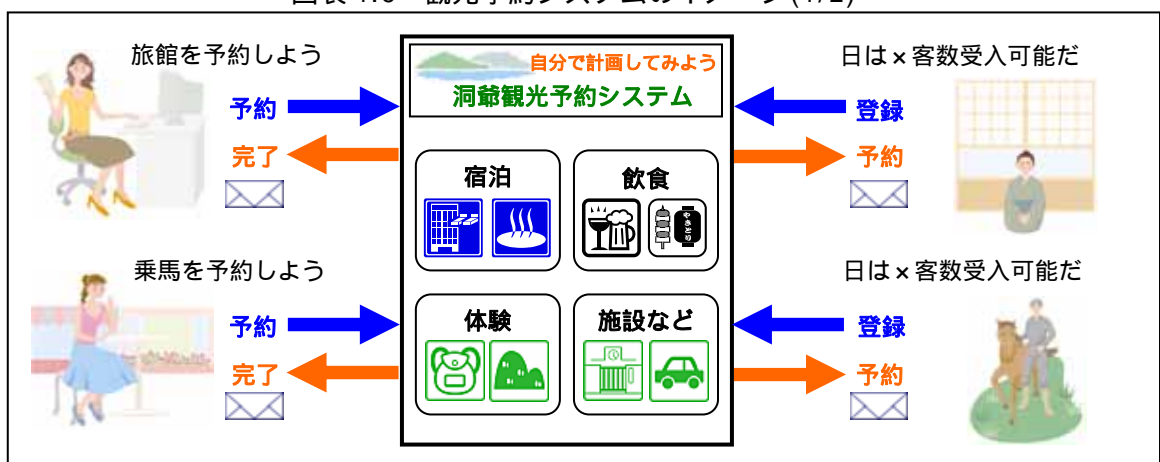
(3) 観光予約システム

インターネットに接続された家庭のパソコンや携帯電話を使って、洞爺湖周辺地域の観光施設や宿泊施設、飲食店、体験観光施設などの各事業者によって事前に設定されたスケジュールをもとに、その空き時間の中（予約状況照会）から利用者が自由に好きな日時や価格、その他条件などを参照し、予約の申込みを可能とするシステムである。

利用者は、昼夜時間を問わずリアルタイムで予約することができ、予約やキャンセル処理が完了すると、予約日時や希望施設などの予約情報を記載した電子メールが、「利用者」と「予約先事業者」にリアルタイムに配信される。

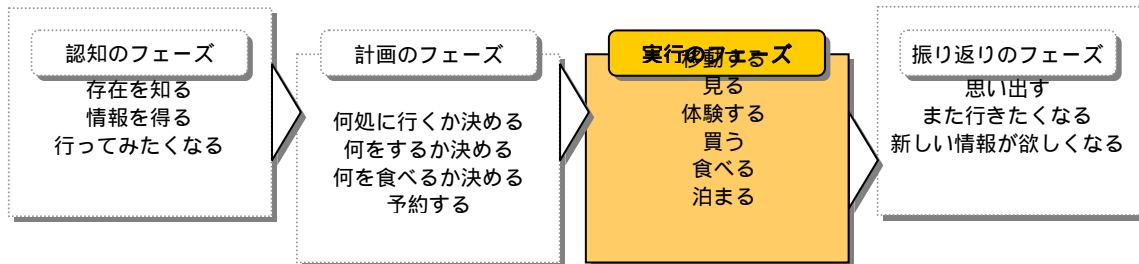
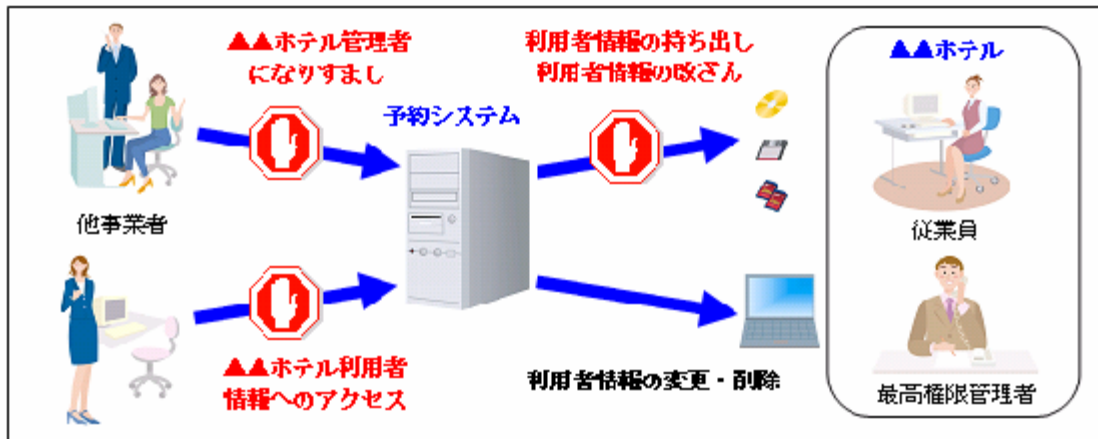
これにより、各予約先事業者においては、スタッフも予約受付に何ら対応する必要はなくなり、接客中には接客に集中できると共に、夜間や定休日でも制約無く予約を受け付ける環境が形成される。また、利用者履歴や利用者情報の蓄積から、自社戦略や観光振興のためのマーケティングにも活用することができる。

図表 4.5 観光予約システムのイメージ(1/2)



本システムの実現にあたっては、個人情報保護と情報漏えい防止を目的に厳しいセキュリティ管理を実施する必要がある。

図表 4.6 観光予約システムのイメージ(2/2)



#### (4) 観光ナビゲーションシステム

観光客に洞爺湖周辺地域の街を便利に手軽に楽しんでもらえるよう、利用しやすい観光マップや観光案内リストを作成し、地理に不慣れであっても簡単に、現在地の確認や周辺観光地の検索等を行うことのできるシステムである。

これにより観光客は、旅行中 GPS 機能を搭載した携帯端末などを利用することで、自分自身の現在位置、観光施設への道順、観光案内、同じグループのメンバーや子供の現在位置などを参照することができ、新しいスタイルの観光サービスが可能となる。

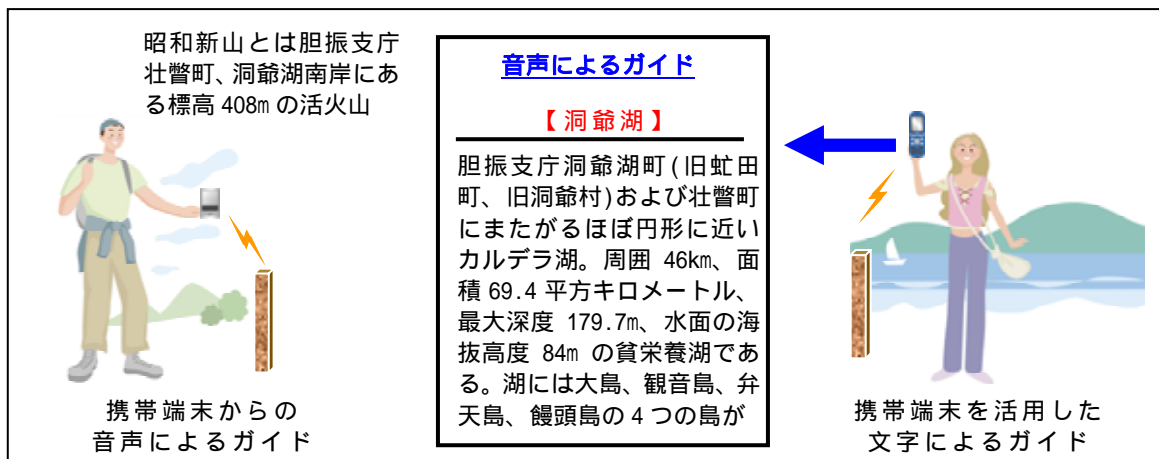
図表 4.7 観光ナビゲーションシステムのイメージ



(5) 観光ガイドシステム

携帯端末等を利用した観光施設などの案内を行うシステムである。洞爺湖周辺地域の観光スポットで携帯端末画面の当該観光スポットを選択することで、文字や音声、動画により観光スポットの詳細情報を確認することができる。これにより、その場所毎で、多様な状況に応じた最適な情報提供が自動的に受けられることになり、「いつでも、どこでも、だれでも」情報を取得できる環境が形成される。また、海外からの観光客に対応することで、通訳やガイドの人材確保に苦慮することもなくなる。

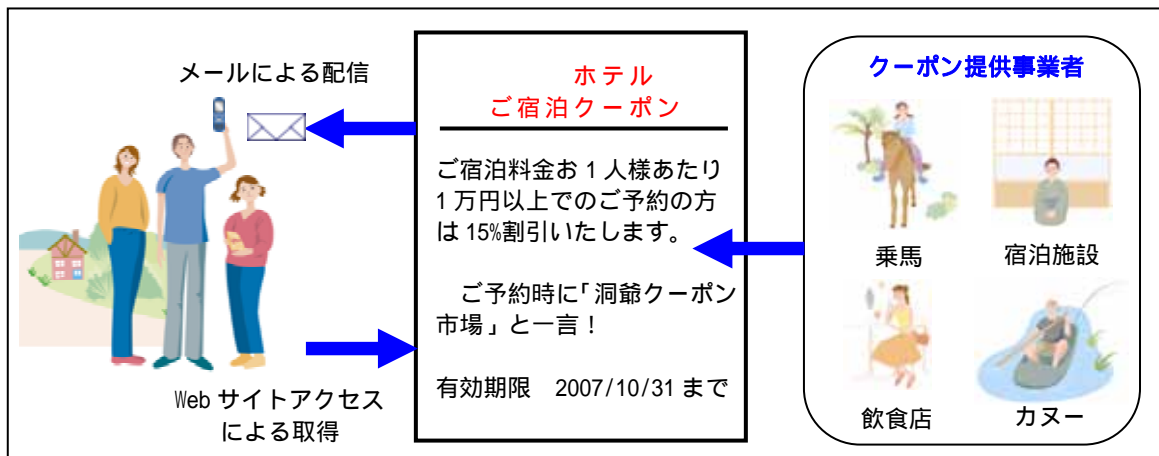
図表 4.8 観光ガイドシステムのイメージ



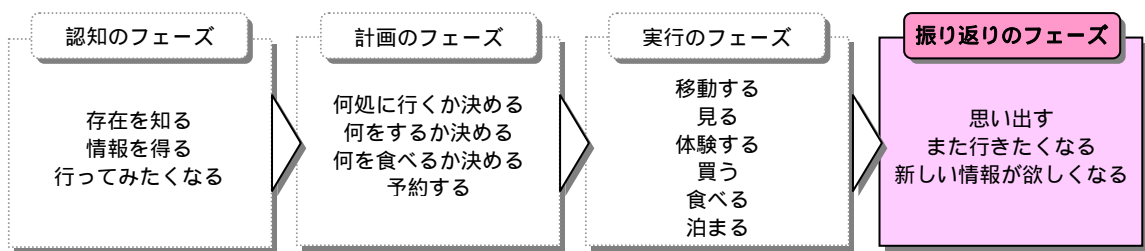
(6) クーポンシステム

洞爺湖周辺地域を訪れた観光客の年齢、性別、嗜好を加味し、観光客それぞれの目的や趣向に合わせた観光施設、飲食店、体験観光施設などの利用を促進するクーポンの発行を可能とすることで、観光客により楽しんでもらうための割引特典サービスが可能となる。また、携帯端末を活用することでスタンプラリーサービスが可能となり、洞爺湖周辺地域のまちをあげての新しいキャンペーン活動を容易に実現することができる。

図表 4.9 クーポンシステムのイメージ







(7) コミュニケーションシステム

インターネットは広範な普及状況とその使われ方の更なる深化によって、コミュニケーションツールとして必要不可欠なメディアに定着した。また、インターネットは片方向通信も双方向通信もできることに加えて、即時性のある通信だけでなくコミュニケーションも可能であり、多様化した利用者のニーズに適合している。

このインターネットを活用したコミュニケーションツールは、販売やプロモーションなどの情報を企業から消費者へと伝えるためだけではなく、消費者の情報を低コストかつ迅速に直接入手することによって、新たな市場開拓やサービスの充実に活用してビジネスに繋げることが可能であり、実際に、インターネットを使って消費者のニーズを収集し、ユニークなヒット商品やサービスを開発することでビジネスとして成功をおさめている企業や観光地も増えてきた。

利用者は欲しい情報、興味を抱ける情報がそこにあれば訪れ、さらに感想や口コミにより情報を広めてくれる協力者になる。一方的に情報を発信するだけでなく、コミュニティが発達した社会において、「洞爺湖周辺地域のあの場所にもう一度訪れたい」「あの施設は楽しかった」「あそこの食事は美味しかった」「あの温泉で腰痛が治った」など、同じ空間の中で、充実した安全・安心な情報を共有する居心地のいい環境コミュニティが求められており、双方向性を活かした利用者の交流の場をコミュニケーションツールにより形成することで、利用者の得られるメリット（ネットワーク効果）が大きくなり、新しい市場の開拓に繋がる可能性を秘めている。

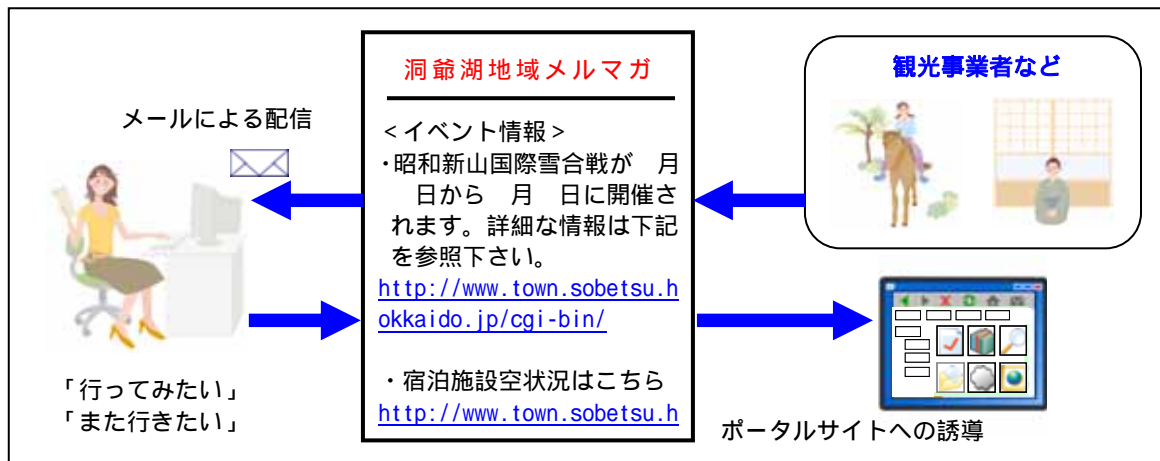
図表 4.10 コミュニケーションシステムのイメージ



#### (8) メールマガジンシステム

観光ポータルサイトはいざ構築しても、日常的にいつも多くの人にアクセスしてもらうのは、現実として困難である。このような状況の中、メールマガジンは観光ポータルサイトにアクセスしてもらうための一つの手段であり、メールマガジンから興味を持ち行動したい（観光に行きたい）と思わせる次のステップのためのものである。メールマガジンには主に、希望した読者へ好きな時に好きな情報を提供できる、読者とコミュニケーションが図れる、メディアとして利用できる、ファンを創出できる、ブランド化につながる、というメリットがあり、宣伝効果は絶大であるといわれている。このメールマガジンを有効に活用し、洞爺湖地域のイベントに関する情報や特産物に係る情報、地域の活動など多くの幅広い情報を継続して発行することで情報の蓄積となり、その情報がメールマガジン読者からポータルサイト閲覧者へと連動し、洞爺湖地域情報の媒体価値を向上させる大きな可能性を秘めている。

図表 4.11 メールマガジンシステムのイメージ





#### 4.1.3 本モデル提案において取り組むことが重要なシステム

各フェーズにおける有効なシステムを検討した結果、「観光ポータルサイト」、「観光スケジューリング」、「観光ナビゲーション」、「観光ガイド」及び「コミュニケーション」を最も急いで取り組むべき重要システムとする。

##### (1) 認知のフェーズ

新規の観光客が洞爺湖周辺地域に来る契機になることが期待できる「観光ポータルサイト」

##### (2) 計画のフェーズ

観光客が現地に来て体験観光メニューなどを自由に組み合わせることで観光客の満足度向上が期待できる「観光スケジューリング」

##### (3) 実行のフェーズ

近年の海外からの観光客やガイドが付かない個人客や小グループの観光客の満足度向上が期待できる「観光ナビゲーション」及び「観光ガイド」

##### (4) 振り返りのフェーズ

口コミなどでリピーター客の増加が期待できる「コミュニケーション」

#### 4.1.4 将来的な他サービスとの連携のあり方

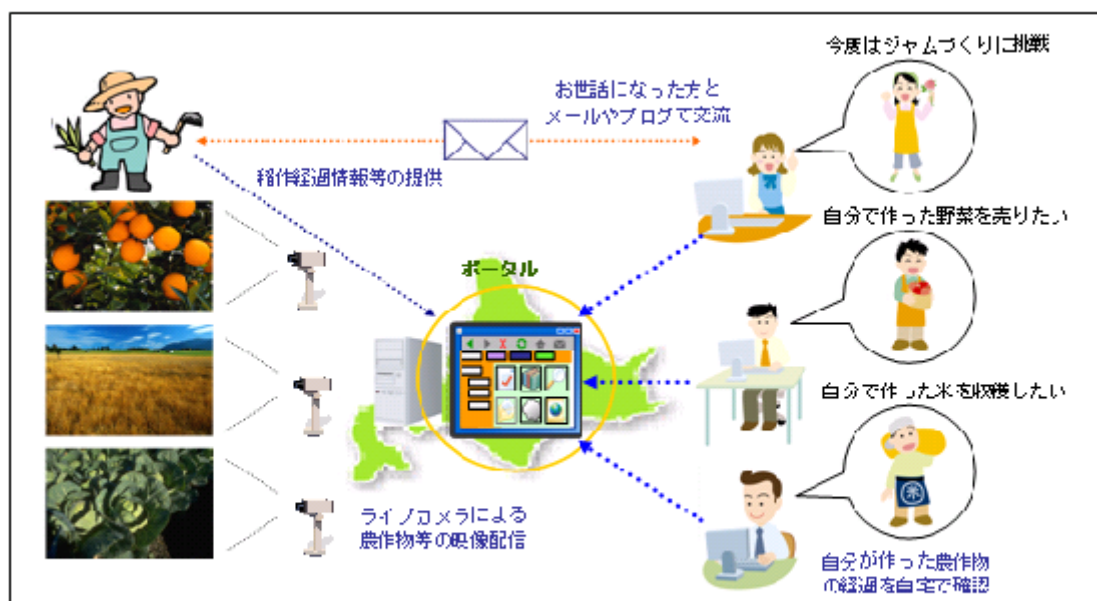
本項では、これまで検討してきた提案システムモデルが全て実現された後、更に観光客に対し、洞爺湖周辺地域の魅力を知ってもらい、「また、来たい」と思わせる有効なサービスについて提言する。

##### (1) ライブカメラによる農作業体験者への情報の提供

観光客が農作業等を体験する箇所にライブカメラを設置し、農作物の経過を、ポータルサイトを通しインターネット上で常時見ることのできる環境を提供するものである。

これにより観光客は自宅に居ながらにして、農作物の成長のようすを見守ることが可能となり、「自分が作った が収穫の時期だから又行きたい」「自分で作った が又食べたい、友人にも食べさせたい」「作った を道の駅で自分の手で売ってみたい」など、オーナー制度による育苗施設の有効活用（周年利用）や商品のブランド化（付加価値化）、グリーン・ツーリズムによる修学旅行のリピーターに繋がるなど、小さな仕掛けながら大きな成果に発展する可能性を秘めている。また、携帯電話への配信も可能とすることで、パソコンを持っていない方々や友人・知人・親族でも手軽に見ることができ、新規観光客への PR 効果も期待できる。

図表 4.12 地域交流型の観光農業とITの活用



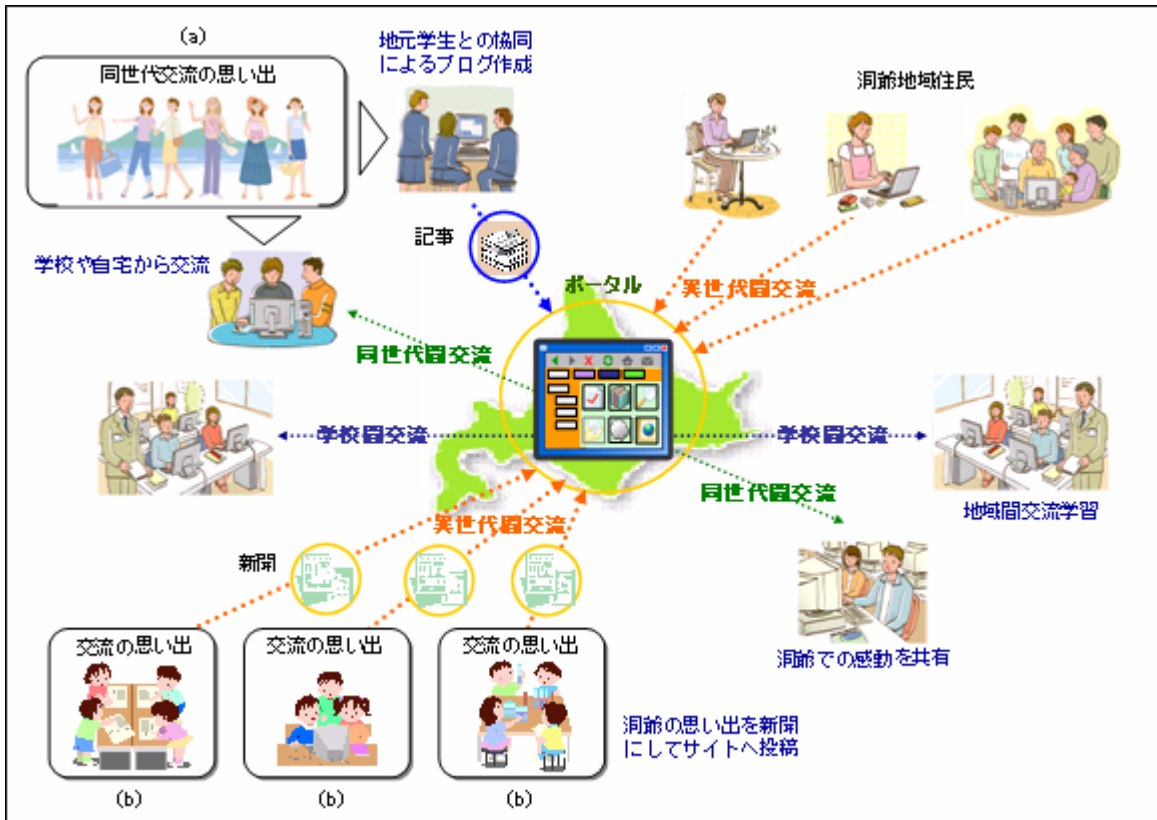
## (2) 同世代による交流観光

洞爺湖周辺地域における体験観光では、農作業体験の他に、春はそば打ちや乗馬、夏はくだもの狩りやジャムづくり、秋はきのこ狩りやカヌーなど、四季を通して自然や文化はもちろん、地元の人々とのふれあいを楽しむことができる。

しかし、これらの多くは大人同士のふれあいや大人と子供達とのふれあいです。このような体験観光において、観光関連サービス業の将来の担い手である地元の学生達と修学旅行の生徒との同世代交流を図るといふ新たな観光を展開することにより、地元人材の育成と観光客の誘致拡大を同時に実現することができる。

交流で得た「出会い」や「感動」「友情」「思い出」などをITの特性（双方向性、多様な表現手段、情報交換等）を生かした魅力ある授業や交流学习などの学習機会を通して確かな学力を築くのはもとより、地域に根ざした学校間交流へと発展する可能性がある。そして、この交流機会ですんだ子供たちは、地域の文化や伝統を大切にすると共に継承し、地域活性化には不可欠といわれる世代間交流の後継者になるものと考えている。例として以下のIT活用モデル図を記載する。

図表 4.13 同世代による交流観光と I T の活用



- (a) 地元の学校と I T 環境を有効活用した同世代間交流による洞爺の思い出ブログ
- (b) 地域外の学校で作成する洞爺インターネット新聞甲子園

## 4.2 当面、地域で取り組むべき提案システムモデルの概要

4.1項で提案した観光サービスモデルを統合し、観光情報の一元的な発信や観光メニューの連携など、観光客へ魅力ある観光サービスの提供を行うサービスモデルを「洞爺湖地域総合観光資源情報サービスシステム」とする。

### 4.2.1 洞爺湖地域総合観光資源情報サービスシステム実現のための携帯型端末評価

各観光サービスモデルについて携帯型端末を操作し、洞爺湖周辺地域の観光ナビゲーションサービスを可能とするため、どの携帯型端末が最適なのか端末の機能性、視認性、操作性及び端末の日本における普及率について評価を図表4.17に示す。

図表4.14 携帯型端末の評価

	機能性	普及率	視認性及び操作性	総合評価
携帯ゲーム機	インターネット接続でフルブラウザ機能あり。メモリを使用した場合は、動画まで問題なし。インターネット接続時は、動画及び音声の再生ができない。海外からの持込端末も同様の機能がある。	携帯ゲームの機種にもよるが、最も普及している機種で1,443万台、米国では、1,018万台、その他海外では、1,100万台。価格は、2万円弱/台。インターネットパッケージは、4千円弱/個。	最大画面サイズは、3.0インチ。タッチペン操作や2画面对応の物もあり、視認性及び操作性は、優れている。	インターネット接続でフルブラウザ機能があるのが一番の売り。タッチペン操作などの操作性も抜群。
携帯電話	QRコードを読み取ることができ、柔軟な機能性がある。インターネットへの接続は、問題ないが、フルブラウザ機能は、限定された機種に限る。海外からの持込携帯については、機種が多く、機能が不明。	2007年1月末現在、9500万台を突破し、約一人に1台の割合で普及している。価格は、2万～3万/台前後だが、新規契約だと無料の場合がある。	最大画面サイズは、3.0インチ。普及型は、2.8インチ。ボタンが小さいため、高齢者が操作する場合には、少々難しい場合がある。タッチペンなどで操作する機種は、なし。	QRコード使った多彩なサービスが可能だが、海外からの端末が対応できない。普及率では、ナンバーワン。
携帯MP3プレーヤー	動画再生が可能な機種もある。インターネット接続機能なし。	価格は、最高位機種で4万円強/台。最低機種で1万円/台。	最大画面サイズは、2.5インチ。	インターネットへの接続機能がないため、リアル性にかかる情報の配信しかできない
FMラジオ	微弱FM電波の届く範囲(20m程度)であれば、無免許で可能。1度に5ヶ国語の同時ガイダンス可能。	市販のFMラジオであり、量販店では、低価格の物もあるが性能が良くない。観光地では、レンタルを実施している地域あり。	市販のFMラジオを利用できるが、受信周波数を簡単に変更できるため、目的外に使用される問題あり。	インターネットへの接続ができないが、ガイド内容の変更などである程度のリアル性を維持できる。

総合評価から判断すると、インターネットへの接続及び表示も可能で、老若男女がタッチペンで容易に操作できる点や本体の価格も2万円程度であり、レンタルする場合の低料金にすることが可能なこと等を評価し、携帯ゲーム機をシステムに採用すると仮定して、本モデルを提案する。なお、普及率などを考え携帯電話へ表示することも考慮したコンテンツとする。

#### 4.2.2 サービス実現に向けた前提条件

洞爺湖周辺地域の通信インフラは、高速ブロードバンド環境が構築されているのは洞爺湖温泉地域のみであり、壮瞥温泉地域は、ISDN接続での環境しかない。

観光客がいつでも、どこでも観光情報などを収集することを可能とするため、無線LAN環境を構築する。

#### 4.2.3 洞爺湖地域総合観光資源情報サービスシステムイメージ

##### (1) サービス概要

< 携帯ゲーム機のインターネット・ブラウザ利用による総合観光資源情報サービスの実現 >

携帯型ゲーム機の地図上等で、観光スポット、店舗名などをクリックすると、観光客向けの案内情報が文字や音声等、多言語で提供される。インターネットのサイトを利用することにより、イベントや各種情報の更新、緊急災害情報の提供もリアルタイムで可能になる。コンテンツは、観光協会または地元NPO法人、地元商店街等が製作し、魅力的かつやさしい内容とし、洞爺湖周辺地域を起点として全国へ展開し、外国人観光客の訪日促進活動（ビジットジャパン）キャンペーンにも貢献する。今まで誰も経験したことのない双方向の「まちを歩きながら」の総合観光資源情報サービスを実現する。

##### (2) 観光客の活用シーン

###### 【 携帯ゲーム機の貸し出しと返却 】

ホテル宿泊者や会議参加者等が、ホテルや観光協会などでチェックイン時等に携帯端末機を（クレジットカード等で保証（デポジット）し）借りることができる。周辺観光地を散策後、チェックアウト時等に返却する。

###### 【 通信インフラ 】

高速の無線LAN網を観光スポットや店舗を中心として地域に張り巡らし、地域（全体）をインターネットのフリー・スポット化する。なお、無線LAN搭載のノートパソコン等にも情報提供が可能である。

【 観光ポータルサイト 】

二つの大画面とタッチペンによる簡単な操作により、お年寄り、外国人から若者まで、国籍、年齢を問わない使い易さで、ゲーム感覚で楽しみながら観光情報や各種情報を取得できる。

【 観光スケジュールリング 】

観光客が現地に来てから、何をやるか迷った場合、体験観光や観光農園の情報を収集し、自分がやりたいことを自由に選択することができる。

【 観光ナビゲーション 】

行きたい場所や知らなかった観光情報等を即座に検索でき、洞爺湖周辺地域の多彩な情報を多言語で収集することができる。リアルタイム性が必要な情報は、携帯インターネットを利用することで常に新しい情報が収集可能である。

【 観光ガイド 】

観光スポットの案内（多言語）を海外からの観光客やガイドが付かない個人客や小グループの観光客へ自動で行う。

【 コミュニケーション 】

文字情報バナー等によりニュースや、コンベンション参加者に会議開催状況や時間・場所の変更情報等も提供可能にする。同様に、修学旅行生等のグループ連絡ツールとしても、情報を提供することが可能である。

(3) ハードウェアに必要な機能

【 インターネット接続機能がある携帯型ゲーム機 】

無線LAN通信機能が必要であり、現在、最も普及していて軽量で安価なフルブラウザが利用できる機種。高齢者など、情報機器弱者や外国人にもわかりやすい単純な操作性とユニバーサルデザインが必要であり、日本語、英語、中国語等、多言語で情報提供が可能である。

【 洞爺湖周辺における通信インフラ 】

無線LAN環境を構築することで、観光客が来る宿泊施設等では、最小の設備投資でインターネット接続環境の構築が可能。

【 災害発生等の緊急時、避難や緊急対応コンテンツへ切り替えが可能 】

(4) 実施体制及び運営体制

洞爺湖町、壮瞥町、洞爺観光協会、壮瞥観光協会、地元NPO法人が連携し、洞爺湖地域総合観光資源情報サービスシステムの立ち上げを行う。また、サービス運営については、地元のNPO法人が主体となり、地元の学生やインターンシップを活用しながら運営を行う。



図表 4.15

洞爺湖地域総合観光資源情報サービスシステム

