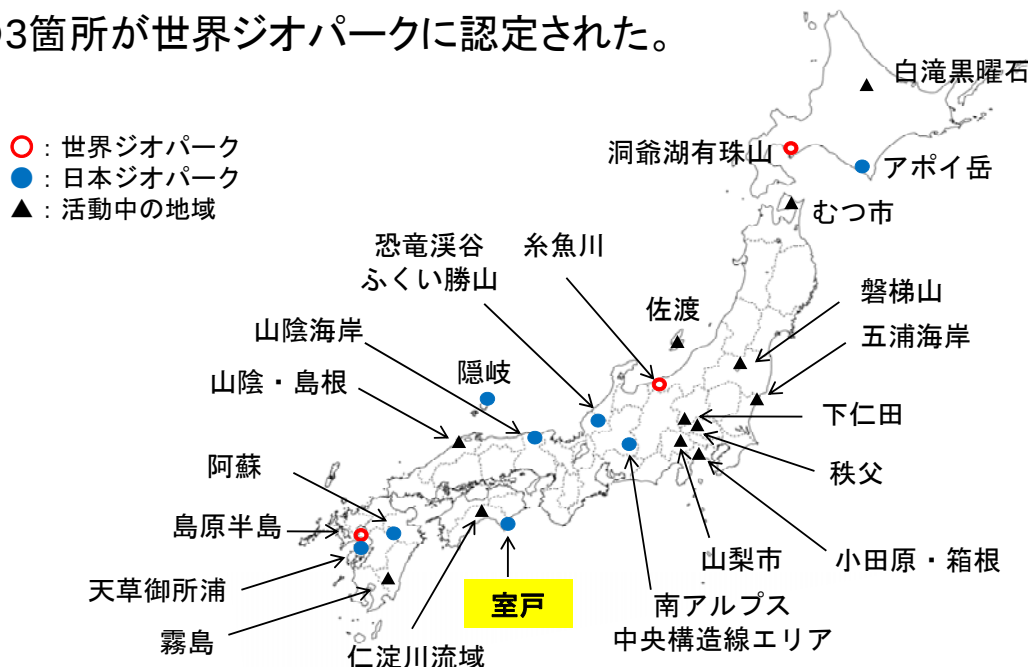


室戸地区モビリティサポートモデル事業 の概要について

室戸ジオパークモビリティサポート検討協議会

1. ジオパークとは

- ・地球科学的に見て貴重な特徴を持つ自然公園。
- ・保全、教育、ツーリズムに活用しながら地域の持続的経済発展を目指す仕組み。
- ・2004年ユネスコの支援により世界ジオパークが発足し、現在の認定箇所は63。
- ・日本では2008年に国内認定機関として日本ジオパークネットワークが発足。
- ・2009年8月に、洞爺湖・有珠山(北海道)、糸魚川(新潟県)、島原半島(長崎県)の3箇所が世界ジオパークに認定された。



2. 室戸ジオパークの風景



3. 地域課題と目的

課 題

1. ガイドがないと分からない
2. ジオポイントの場所、アクセス経路が分からない
3. 基礎的知識がなければ地質変動などの内容が難解
4. 外国人旅行者への対応が困難
5. 国定自然公園内では大きな広告物が不適

目 的

- ・タイムスリップ体験のできるモビリティサポートシステムの提供
- ・歩行者への情報発信による観光資源の魅力向上
- ・アクセス経路や周辺情報提供による回遊性向上

4. 取組概要

UcodeQR
マップ

QR看板

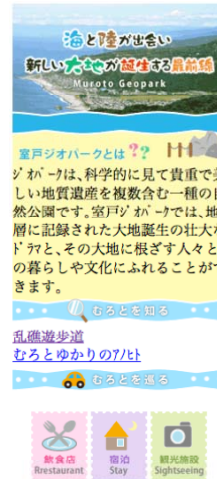


ケータイ
ココにもあるのか！
歩いていけるかな？

旅行者はマップとケータイで散策

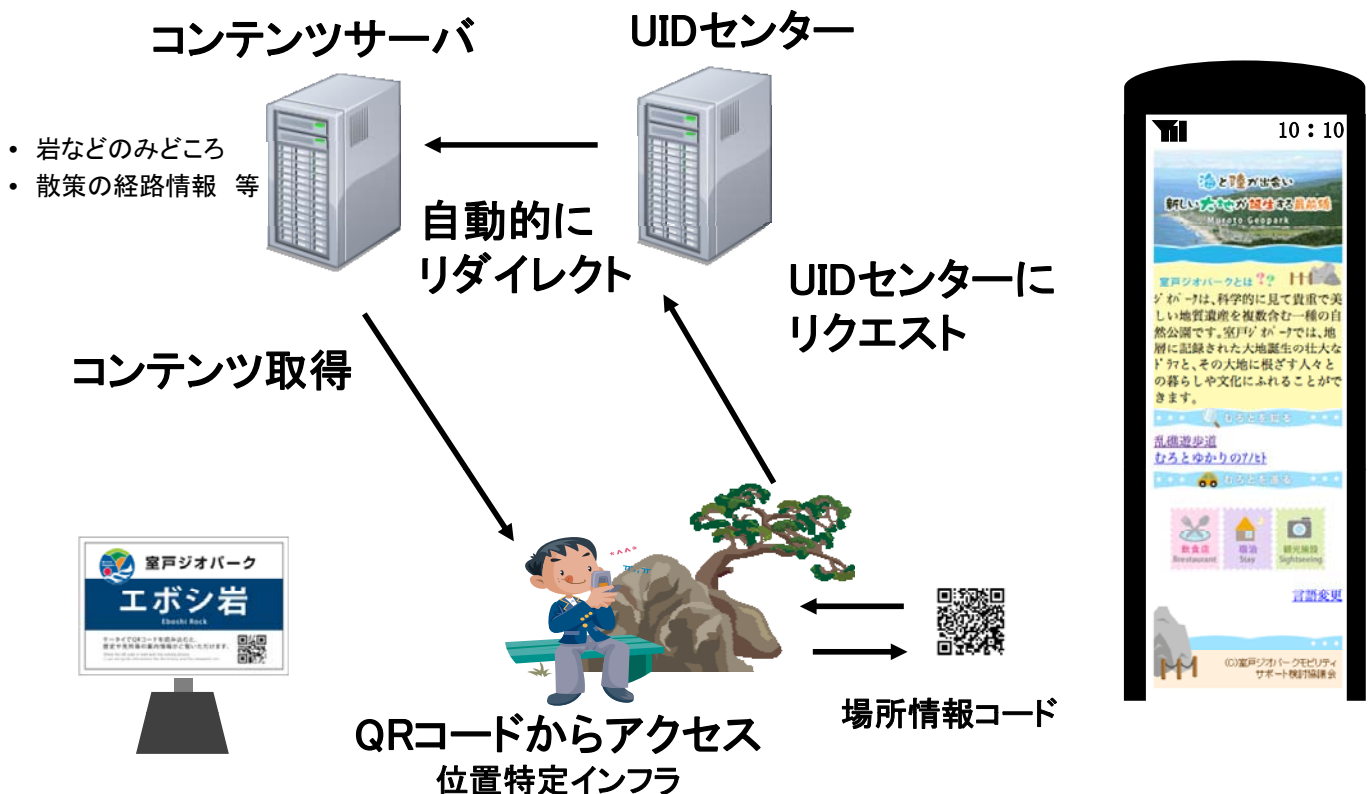


動画などを使ってケータイでジオサイトのガイド
<http://www.murotogeopark.com/>



- ・岩などのみどころ
テキスト、写真
現地映像（動画）
簡易アニメーション付き
紙芝居
- ・散策の経路情報
- ・歴史人物の紹介
- ・周辺の観光情報
- ・五カ国語対応

5. ucodeQRと携帯電話を使った情報提供の仕組み

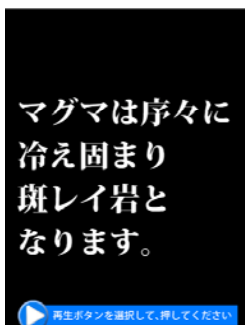


6.コンテンツ

動画



http://www.murotoge...ash/bishago_ja.swf



フラッシュ
ライト

岩の情報

地質を知る
ビシャゴ岩

紹介動画を見る
地質紹介
周辺情報をチェック

動画を閲覧するにはペナド通信料がかかります。大容量のためペナド定額制サービスへ加入することをお勧めいたします。

みどころ

地質
岩全体が斑状岩である。斑状岩は深成岩の一種で、マグマがゆっくり冷えて固まったもので、主に白色の斜長石と黒色の輝石から構成されている。斑状岩の斑状岩

文化など
その昔、絶世の美女「おきご」が、言い寄る男の多さに嫌気がさし、ここから身を投げたと言われている。この時に、「室戸」に美人が生まれませんようにと願掛けしたが、「おきご」の命をかけての願いも空しく、その後も室戸にはたくさんの美人が生まれている？

周辺の岩情報

行水の池 北に25m
現世のヤッコザンすのみか 西に5m
ボットホール

乱遊歩道
▲TOPへ
言語変更

戸シオパークモビリティ
サポート検討協議会

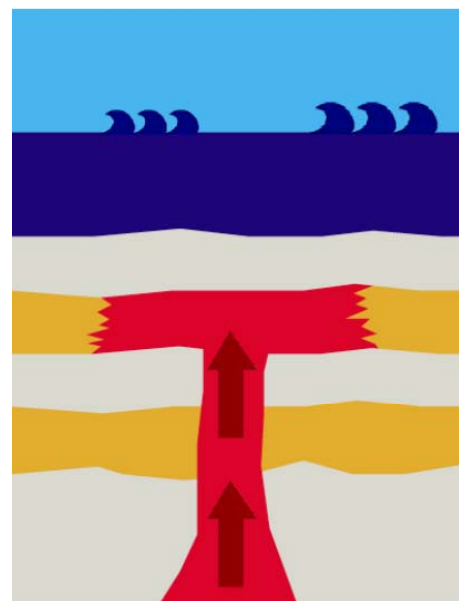
アクセス経路

五カ国語対応

7. 動画とフラッシュ



http://www.murotoge...ash/bishago_ja.swf

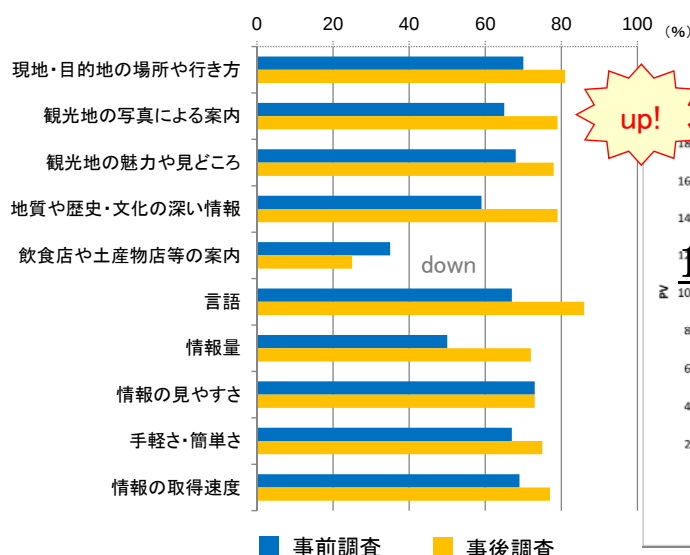
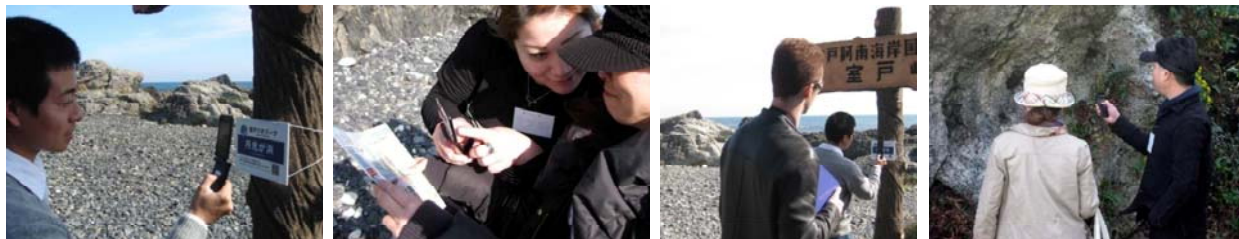


8. モビリティサポートシステムの効果計測

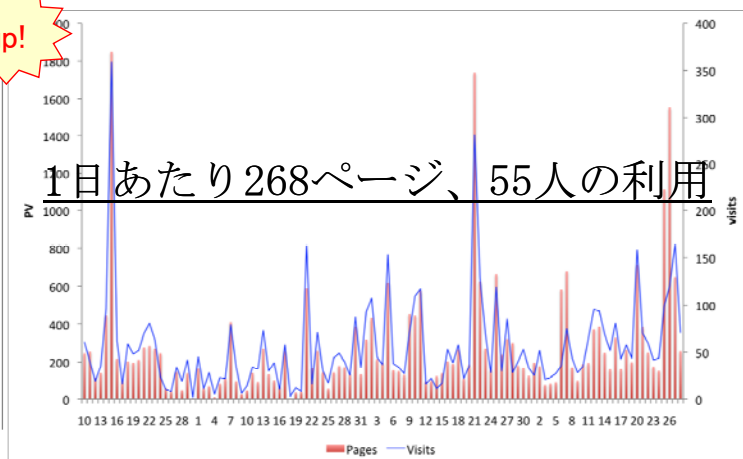
①アンケート調査 ◎満足度70%以上 目標6割達成 ◎システム有効あり

(※「飲食店や土産物店等の案内」は除く)

事前調査: モニターがシステムを利用せずに回遊 ⇨ 事後調査: モニターがシステムを利用して回遊



②アクセスログ計測



9. 事業継続に向けた今後の運営方針及び課題

<資金面>

- ・方針: 室戸市が本サイトの維持・更新に関わる費用を予算化。
- ・課題: 室戸市の継続的な予算措置。



<体制面>

- ・方針: 室戸ジオパーク推進協議会の携帯サイトとして運営。
- ・課題: 携帯サイトの情報更新や保守点検ができる人材の育成。



<運営面(マネジメント)>

- ・方針: ①当面は室戸ジオパークへの来訪者増と満足度の向上を目標とした無料サイトとして運営。
②携帯電話会社の公式サイト化。
- ・課題: ①有料化は現段階では難しく、来訪者の増加とともに今後検討。
②公式サイト化のためのコンテンツ整備や申請。



10.水平展開のためのノウハウ(1)

1. 地方部での身の丈にあったモビリティサポート

→ucodeQRと携帯電話を利用した簡便なモビリティサポートシステム

- ①効果計測の結果から、観光資源の魅力や回遊性向上効果が確認できた。
- ②サーバ環境のみ構築すれば最低限運用は可能。(月々5千円程度)

2. 体感できる情報の提供方法

→動画やフラッシュライト等のリッチコンテンツによる情報提供

- ①楽しさ、親しみやすさ、リアリティが増し、コンテンツの訴求効果が高まった。
- ②製作コストが割高である。3キャリアに対応しない場合がある。

3. 国定公園内における情報提供

→ucodeQRマップ、QR看板、携帯電話の組み合わせ

- ①小規模の広告物で対応可能、多くの情報提供が可能で情報の量・質ともに満足度が高かった。
- ②管理者への許可申請が煩雑で、設置場所検討から許諾までに最低3ヶ月は必要

10.水平展開のためのノウハウ(2)

4. 外国人観光客への情報提供

→携帯コンテンツの多国語化

- ①多国語で対応するほど満足度は高いが、対応言語が増えるにつれコンテンツ整備と更新の費用負担が必要

5. 持続的に運用する仕組みづくり

→コンテンツ管理システム、公式サイト化、人材育成

- ①コンテンツ管理システムで簡便に情報更新ができる。
- ②公式サイト化することでアクセス増加、ユーザへのナビゲーションが用意
- ③情報の点検、取材、更新、追加などを行う人材を継続的に育成すべき

