

第2章 平成18、19年度の取り組みによる成果と課題

2-1. 得られた成果

まちめぐりナビプロジェクトに取り組んだ56地域の実証実験により、地域が取り組む観光情報提供にとって次のような成果を上げることができました。

(1) 創意工夫に満ちた取組を全国的に試行することにより、「地域発」の多様な観光情報提供事例が創出された

まちめぐりナビプロジェクトに取り組んだ56地域は、多様な特色(都市部・まちなか、農産漁村地域、自然地域、島嶼部等)や、問題意識(市町村合併によって拡大した行政区域、複数市町村による連携など)を有しており、訪れる観光客についても、特性、目的、移動手段は様々です。こうした地域が、まちめぐりナビプロジェクトをきっかけとして、自らの創意工夫により、観光客の行動を踏まえた情報提供(移動前の情報提供、移動中や交通拠点を活用した情報提供、歩行者への情報提供)、地域が発掘・発見したコンテンツを活かした情報提供、新しい技術による情報提供等、多様な取組が創出されました。

また、実証実験を通じて観光客の生の声に触れ、地域自らが取組の有効性を検証し、今後の観光情報提供の展開・向上に資する課題、改善点等を抽出することができました。

(2) 観光客の行動実態や情報に対するニーズの把握・活用の重要性が示された

地域自らが観光客の行動や情報のニーズなどを収集・検討・活用していくことが、地域の観光振興の目標(「地域の回遊性・滞在時間の向上」、「地域のPR」、「リピーターの拡大」、「観光客の増加」)に資する観光情報提供を構築する上で重要であることが示されました。

(3) 観光客の移動支援における情報の内容、手法、地域の仕組みの要点が抽出された

観光情報提供における情報内容として重要な内容(「行き先案内」「ユーティリティ情報」「観光情報(観光資源の解説、飲食、買い物など)」「双方向情報(地域住民からの情報、観光客の口コミ情報など)」等)や、重要な情報提供手法(「観光客の行動(出発前・移動中・目的地到着後)」「移動手段」等)、重要な地域の仕組み(「情報を集め、編集・整理する仕組み」「口コミ情報を提供する仕組み」「継続して情報を提供する仕組み」等)が整理され、有効な取組、改善すべき点が抽出されました。

(4) IT等の活用により、これまでにない観光情報提供の可能性が示された

まちめぐりナビプロジェクトでは、カーナビゲーション、PC版ウェブサイトや携帯版ウェブサイト、その他の携帯型端末等と従来からある観光案内板やパンフレット等を組み合わせ、これまでの観光情報提供にはない、新しい手法の事例を創出しました。

こうした手法には、まだ多くの改善点はあるものの、これからの観光情報提供ツールとしての活用が期待されます。

(5) 地域らしさや、人材・ネットワークを効果的に活用して、地域が一体的に観光情報提供に取り組む重要性が示された

各地域で取り組まれている「まちづくり」や「地域づくり」によって、地域独自の魅力（地域の奥深い歴史や文化、自然、住民しか知らない魅力等）が発掘・創造・蓄積されていますが、このような「地域“らしさ”」を観光情報として提供する際には、これまで培ってきた地域の人と人とのつながり、協働の蓄積、地域を応援する地域外の人々のネットワーク等が重要であることが示されました。

また、これまでの観光情報提供は、行政や観光協会、観光施設、宿泊施設、まちづくり団体等がバラバラに取り組む事が多いために、観光客にとってはどの情報を見ればよいか分かりにくく、混乱したり大量のパンフレットを抱え込んだりする事が少なくありませんでした。さらに、観光情報提供は単独の市町村のみで取り組むことが多いために、広域で多くの観光地を巡る観光客にとっては全体を見ることのできないという不便な状況もあります。しかし、まちめぐりナビプロジェクトでは、地域の行政や観光協会、観光施設、宿泊施設、まちづくり団体、時には地域の住民が連携した観光情報提供に取り組むことによって、地域の観光情報が一元化されたり、地域の総合的な観光情報提供の仕組みを構築した事例や、複数市町村が連携した情報提供を行う取組事例が創出されました。

また、観光情報提供に地域の様々な主体が参加し、プロセスや目標を共有することにより、地域全体で情報提供に取り組むという気運や一体感が生まれ、継続性にも繋がる事が示されました。

2-2. 明らかになった課題

まちめぐりナビプロジェクトの56地域の事例を見ると、成果とともに次のような課題も挙げられました。

(1) 観光客のニーズに対応した観光情報内容の検討が不十分

まちめぐりナビプロジェクトの中には、地域側が提供している観光情報の内容が観光客のニーズとマッチしていない地域も見られました。

【観光情報の内容面で観光客のニーズとマッチしていない例】

- ・ 「地域らしさ」が十分に掘り起こされていない。または、こうした情報がほとんど提供されていない。
- ・ 地域の新鮮な情報（旬の情報、イベント等）が提供されていない（リピーター等にも喜ばれる情報提供が必要）。
- ・ 飲食や買い物（土産等）についての情報、行き先案内等が十分ではない。
- ・ 自地域の観光情報に偏り、観光客の行動範囲に合わせた情報が提供されていない（近隣地域の情報が提供されていない等）。
- ・ 様々な媒体を用いた取り組みが行われたが、コンテンツの内容や適切な情報量についての検討が不十分であった。

(2) 観光情報を伝える手段・媒体の特徴の認識が不十分

まちめぐりナビプロジェクトでは携帯電話や携帯端末など、これまでにない新しい情報提供手段・媒体を用いた多様な情報提供手段・媒体による取組が行われました。

こうした新しい観光情報提供手段・媒体には、従来の観光案内板やパンフレット等の紙媒体に比べ、多くの情報を掲載できる、検索等の機能を付けられる、容易に情報の更新ができ、リアルタイムの情報を提供できる等の長所がありますが、一方で観光客にとっての短所もあることから、有効な観光情報提供とはならなかった事例も見られました。

【観光情報提供手段・媒体の短所の例】

- ・ 携帯電話では、画面の小ささ、操作習熟の困難さ（特に高齢者、外国人）、通信に料金がかかる等の課題から、効果的な情報提供手段とならない場合があった。
- ・ 使用する対象者が、IT機器に比較的慣れ親しんでいる若い世代に限られてしまった。
- ・ 携帯情報端末の貸出し等を行う際に、機器にかかる費用（購入、レンタル、メンテナンス、盗難・紛失保険等）や観光客への貸出手続きが負担となり、継続的な情報提供とならなかった。

- ・ 特に外国人や高齢者に対しては、使い方の説明（パンフレット等での周知、端末貸出時の説明等）が必要となってしまう、手間がかかりすぎるために定着しにくいものとなってしまった。

【観光情報の提供手段・媒体が観光客にとって分かりづらい、使いづらい例】

- ・ 外国人、高齢者が使いにくい情報提供手段・媒体（操作が難しい端末、表示が小さく高齢者等にとって見づらいもの等）を選択している。
- ・ 地域の観光資源や観光の楽しみ方と情報提供手段が合致していない。（比較的高い年代の多い地域のまち歩き観光には携帯電話よりも案内板やまち歩きマップの方が適している場合もある等）
- ・ IT機器の長所を生かし切れていない。（リアルタイムな情報提供が不十分、最新情報順、アクセス数順、評価順等、近くの施設・トイレの近さ順等の検索・フィルタリング機能が活用し切れていない、アクセスログを保存していない等）
- ・ 案内板の長所、紙媒体の長所、IT機器の長所を活かし切れていない。それぞれの長所を組み合わせしていない。

（3）観光の気分や旅の楽しみを盛り上げる工夫や配慮が不十分

観光情報提供のタイミングや手段によっては、観光客の気分や地域の持つ観光の雰囲気や壊してしまう事例も見られました。

【観光情報提供のタイミングや手段が地域の観光の雰囲気等とそぐわない例】

- ・ 提供される情報量が多すぎて、観光の期待感や観光客自らが主体的に発見・感動する機会を喪失してしまう。
- ・ 行き先を案内する地図情報の精査が不十分（携帯電話の画面に適した地図となっていない等）。
- ・ 雄大な自然や景観等、ゆっくりと楽しみたい雰囲気の中で詳細すぎる解説に偏ってしまう。（特に、携帯電話での情報提供は雰囲気にそぐわないこともあります）
- ・ メール配信による情報提供の場合、タイムラグが生じたり、一方的な情報提供となってしまう邪魔に感じてしまう場合がある。

(4) PDCAサイクルの実施が不十分

観光情報提供を行う場合、その有効性をきちんと検証することで、改善につなげることができます。「PDCA サイクル」とは、「計画する (Plan)・実行する (Do)・検証する (Check)・改善する (Act)」を繰り返すことで事業を継続的に改善していく考え方であり、観光情報提供においても適用することが望まれます。

しかし、地域によっては特に「計画 (Plan)」が不十分であったり、あるいは「検証する (Check)」が十分ではなく、まちめぐりナビプロジェクトによって構築した観光情報提供が改善されないまま、結果として継続できない、定着できないものとなっている地域も挙げられます。

【PDCA サイクルの実施が不十分であった例】

- ・ 観光情報提供によってどのような効果を得るか、あるいは地域の課題にどのように対応するか等、観光情報提供の目的 (ミッション) が地域の中で十分に検討されていないため、効果的な観光情報提供とならなかった。
- ・ 新しい手法のみならず、地域ですでに用いられていた手法も含めた計画や検証が不十分だった。
- ・ 地域の観光情報提供の内容や、提供手法・手段に注力しすぎ、結果として観光客や関係者に対するアンケート調査やモニター調査が不十分となってしまった (あるいは、観光客が多く訪れる観光シーズンに調査が実施できなかった)。
- ・ アンケート調査やウェブサイトのアクセスログ解析等のノウハウが十分ではなかった。

(5) 地域の観光情報提供が継続的に運営されない

まちめぐりナビプロジェクトの中には、計画の段階で地域の体制 (人・組織、予算、地域の連携体制等) が十分に構築できず、残念ながら単年度の取組となってしまったものや継続的な運営に課題を残しているものも見られます。

【事業が継続的に運営されなかった理由の例】

- ・ 事業継続のための予算の確保ができなかった。
- ・ 事業を継続するための人員や協力者の確保ができなかった。
- ・ 地域住民が情報提供に取り組むノウハウが不十分だった。
- ・ 観光情報提供の効果がすぐに現れないため、地域の観光施設、飲食店、土産品店等の協力が得られなかった。