

第3章 地域による観光情報提供の今後の検討課題

まちめぐりナビプロジェクトによって、地域が取り組む観光情報提供にとって効果的な取組、あるいは改善すべき課題等が挙げられ、その結果、地域が観光情報提供に取り組むために有効なプロセスや、取組に際して留意すべき事項等の知見が抽出されました。

ここでは、まちめぐりナビプロジェクトから得られた知見を基に、地域が観光情報提供に取り組むに際し検討すべき項目について整理し、今後の観光情報提供に向けた方向性を提示します。

3-1. 観光情報提供方針の整理の仕方

(1) 地域の現況と課題の把握

地域が観光情報提供を検討する際に、地域の観光統計や事前の調査等によって地域の現況や課題を把握することが重要です。また、地域の現在の観光情報提供を点検し、どのような課題があるのか、その課題にどのように対応するのかを検討することが求められます。

(2) 目的の設定

地域の現況と課題から、誰が利用するのか／誰に利用して欲しいのか（年代、性別、日帰り・宿泊、行動範囲、交通手段など）、どのような観光活動を促すのか（周遊観光、まち歩き、自然散策、アウトドア・体験プログラム、飲食・買い物など）を検討し、観光情報提供に取り組む目的を整理することが重要です。

(3) 運営体制の構築

行政、観光協会等、従来観光情報提供を行ってきた主体以外にも、情報を直接提供する主体（観光施設、宿泊施設、商店街関係者、まちづくり団体、地域住民等）による連携体制を構築することが重要です。特に地域らしい情報を有するまちづくり団体、地域情報誌等との連携は地域の観光情報を充実させることにつながります。

特に行政、観光協会等と民間事業者の役割を分担し（システムの基盤整備・メンテナンス、コンテンツの作成・更新など）、継続的に取り組める体制の構築、予算、収入の確保、継続・定着するための検証・改善を図ることが重要です。

3-2. 観光情報提供の具体的な手法の検討

(1) 観光情報提供の基本設計

地域の観光戦略に適した情報提供手法とするために、観光客の行動や地域の特性を踏まえ、出発前、移動中、到着後等の情報提供のタイミング、提供する場所・場面を想定すること、主要な利用者を想定することが重要です。（「いつ」「どこで」「誰に」情報を提供するのかを検討します）。

観光案内板、観光パンフレット、観光案内所、ウェブサイト等地域の観光情報提供全体を点検し、総合的な視点での情報提供を構築することが求められます。（情報提供手段・媒体の長所や短所踏まえ、それぞれに適した情報を厳選し、絞り込むことも重要です。）

(2) 情報内容の検討

地域に来訪する観光客のニーズや地域の観光戦略に適した情報内容（コンテンツ）を検討することが必要です。

特に観光情報としては「行き先案内（ナビゲーション）」「ユーティリティ情報（駐車場、休憩場所、トイレ等の便利情報）」「観光情報」「双方向情報」等があることを認識し、観光客のニーズと地域の目的に適したコンテンツを絞り込むことが求められます。

また、これまでのまちづくり・地域づくりの中で蓄積された観光情報を活用した「地域らしさ」をどのように盛り込むかを検討することや、自地域内の情報に限らず観光客の行動範囲に基づいて情報を提供していくことも重要になります。

(3) 情報提供手段・媒体の検討

地域の特色を踏まえ、来訪する観光客の属性や情報内容の特徴に応じた情報提供手段・媒体を選択することが必要です。

特に「ウェブサイト」「案内板」「紙媒体」「対面案内」「携帯端末」といった多様な情報提供の手段・媒体の長所・短所を把握し、地域を訪れる観光客の属性や行動（「出発前」「移動中」「現地到着後」等）や観光の場面等を踏まえた総合的な情報提供を検討することが求められます。

まちめぐりナビプロジェクト実施地域では「一つの情報提供手段に偏らず、総合的な情報提供システムの構築」が設定されています。

(4) 総合的なデザイン

実際に観光客が利用する際に、地域の観光情報が便利に、そして快適に利用されるような魅力的な表現も含めた検討が必要です。情報内容が充実していても、優れた機能を有していても、観光客が使いづらいものでは効果的な観光情報提供とは言えません。

まちめぐりナビプロジェクト実施地域では情報内容の「質」「量」、情報提供手段の「機能性」「利便性」とともに、観光客にとっての「快適性」も満たすようデザインすることが求められています。

3-3. 観光情報提供の運営手法の検討

継続的な運営のために、必要なインフラ整備として予算を確保するとともに、情報提供に対する対価（観光客への有料貸し出し、掲載店舗からの会費や広告費等による収入）についても検討することが必要です。

また、定期的の実証実験等を行うことで、観光客のニーズ、利用頻度等を分析し、全体のチェックと改善を行うこと、ホームページなどはアクセス数などから利用率を把握し、情報内容を厳選することも重要です。

実証実験や利用者分析で得られるデータを地域に広くフィードバックすることによって地域の観光情報提供の意欲を高め、今後の観光施策に活かしていくことにつながります。