京都地区ユニバーサル社会に対応した歩行者移動支援に関する現地事業
―――ICT を活用した歩行者の移動支援―――

京都フラワーツーリズム推進協議会
http://i2navi.net/

1.事業概要

京都には、年間約 5000 万人の人が訪れており、そのうち清水寺に次ぐ第 2 の観光スポットとして有名な嵐山地区には、約 800 万人の人が訪れています。また、宇治地区は、それに次ぐ観光スポットであり、約 560 万人の人が訪れています。

どちらの地区も、世界遺産がある重要な観光地であるために、修学旅行の学生や一般の観光客だけでなく、赤ちゃん連れ家族、高齢者、車椅子利用者、外国人といった移動支援が必要な移動制約者も多く訪れていますが、宇治地区、嵐山地区の観光地周辺では、道幅の狭い通路等のバリアが多く存在しており、これらは移動制約者にとって障害となっています。

上記の課題を解決するために、京都フラワーツーリズム推進協議会では、国土交通省の「ユニバーサル社会に対応した歩行者移動支援に関する現地事業」として、京都府宇治世界遺産地区や京都市嵐山地区を訪れるベビーカーを利用した赤ちゃん連れの家族、高齢者、車椅子利用者、外国人などの移動制約者に対して、ICT（Information and Communications Technology）を活用し、安全で快適な移動を実現する歩行者移動支援サービスを提供しています。

2.システム概要とサービス内容

（1）システム概要

実験エリア内において、スロープ、階段、幅員、多機能トイレの位置などの情報を格納した歩行空間ネットワークデータを整備し、それらを国土地理院が発行する場所情報コード（u-code）と関連づけて登録しています。

実験参加者は、iPhone や iPad を利用し、GPS や WiFi といった位置特定インフラから得られる位置情報から場所情報コードを通じてその場所に関連するバリア情報等を取得し、経路案内や経路上のバリア(段差、スロープ等)の有無、バリアフリートイレの位置などを把握できます。

図１　移動支援サービス(ご当地なび)の概要

（2）提供サービスの内容

■バリアフリー経路案内

　ー経路上のバリア情報（階段、急な坂道など）の提供とナビゲーション

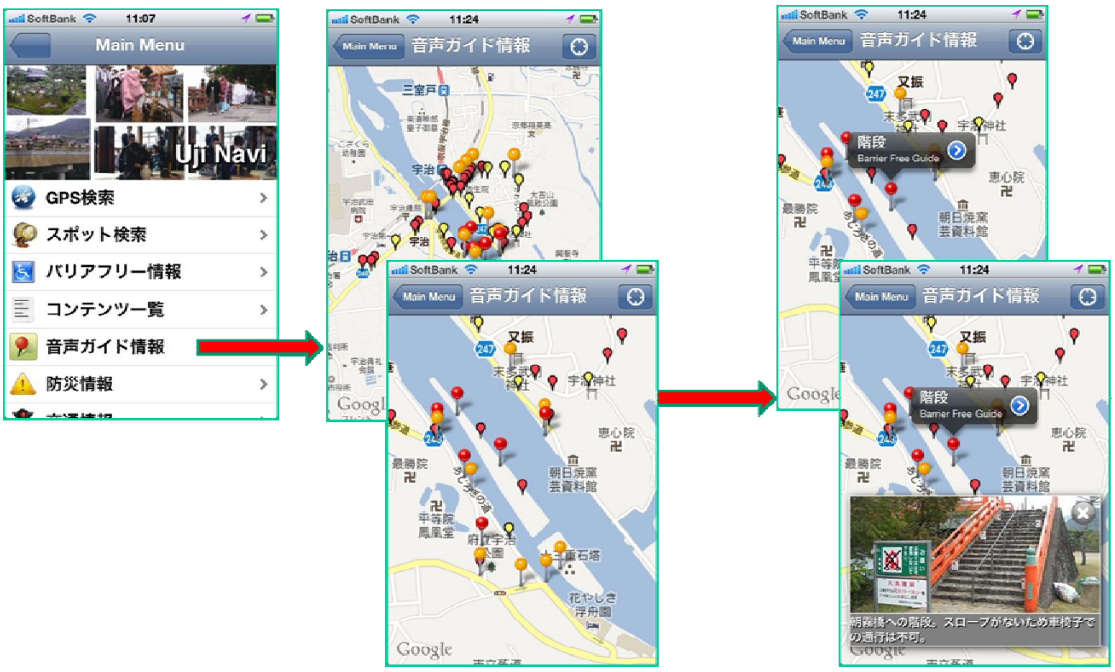


図2　サービス提供画面(道路のバリア情報の提供)

■バリアフリー情報提供

　ートイレ情報（車イス対応、ベビーチェア対応、オストメイト対応）

　ーエレベータ入口情報

　ー授乳室情報

図3　サービス提供画面(バリアフリー情報の提供)

■防災情報

　ー川の水位、雨量（宇治なびは、天ヶ瀬ダム放水量による宇治公園立ち入り禁止情報の提供と迂回ルートの案内を行っています。）

■観光情報提供

　ー花なび：四季折々の寺社など観光地の花情報（今咲いている花情報）をリアルタイムで提供

　ーなう情報（おすすめ情報）：花以外で、多くの方々へ伝えたい感動情報

　ーイベント情報

　ー歳時記

　ー観光案内：寺社、仏像などの文化財、ミュージアム、土産物、グルメ、宿泊など

　ー安心情報：緊急医療機関の情報

■交通情報

　ー嵐山なび、花灯路なびは、市バスの乗り換え案内を提供

　ー鉄道の乗り換え案内

　ー市内や高速道路の渋滞情報

　なお、道路のバリア情報や観光ガイドについては、iPhone 画面だけでなく、音声でも情報提供がされます。

3.実証実験の概要

(1)実証実験期間

2011 年 12 月 19 日～

(2)利用方法

iPhone で以下の URL から「ご当地なび」アプリをダウンロード（無料）するだけで利用できます。

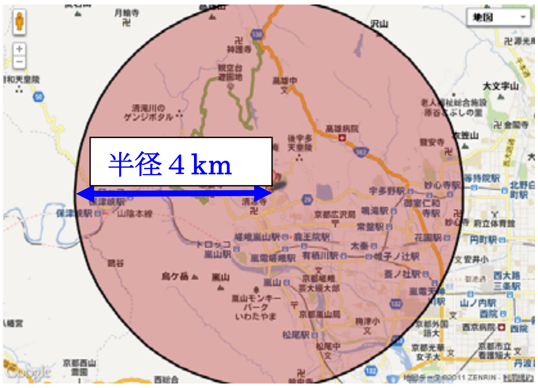
「ご当地なび」ダウンロード先：

http://itunes.apple.com/jp/app//id398326620

１つのアプリで、複数の「ご当地」を案内しています。

現時点では、「嵐山花灯路なび」「嵐山なび」「宇治なび」の三カ所を案内しています。

(3)サービス提供エリア



嵐山なび提供エリア

嵐山花灯路なび提供エリア

宇治なび提供エリア

図４　サービス提供エリア(H23.12.26 時点　今後順次拡大予定)

（4）実施状況

12 月 19 日から「ご当地なび」の iPhone アプリをリリースし、嵐山、嵐山花灯路、宇治を対象エリアとしてサービス提供を行っています（今後、福知山でもサービス提供予定）。

4．次年度以降の取り組みについて

（1）継続的なサービス提供と新たな展開

・嵐山エリア、宇治エリア

嵐山・宇治の地域の多くの方々が参加して鮮度の高い情報発信を継続的に続け観光振興に取り組んで行きます。

・新たに全国各地へ

「ご当地なび」は、全国の各地域で同様のサービスが実現できる仕組みとして作成しております。この仕組みを利用し、今後は京都に限らず観光情報の発信に「ご当地なび」アプリを普及させて行く予定です。

（2）継続的に情報発信ができる仕組みとは

コンテンツの制作を地域の人を巻き込んで持続的にコンテンツ発信が可能なプラットホームを実現しました。そのポイントは、

・鮮度の見える化

トップページの画象やメニューの配列を鮮度順でダイナミックに日替わり更新し利用者に鮮度の高い観光情報をアピールし提供することができる。

・生産者の顔の見える化

野菜、米など農作物をどこの誰が作っているのかを表示し消費者が安心して購入するという流れが大きくなってきているが、これとデジタルコンテンツも同じである。

情報作成者の名前、電話番号、撮影日などを掲載し、コンテンツの質の向上と相互信頼度の向上をはかることができる。

・ソーシャルでの参加

コンテンツ作成者に対して、各自にそれぞれ専用のコンテンツ作成用 WEB システムを提供すること、さらにコンテンツを記名式とすることで利用者からのネットへの引用、予約などの実需などのフィードバックが返ってくることが継続的な情報発信の大きなモチベーションになっている。

であり、持続的なコンテンツ制作のために、単なるボランティアの参加ではなく、コンテンツ発信者と Win-Winの絆によって『地域の人』を巻き込むことを実現しています。

(3)ビジネスモデル

「ご当地なび」では、情報利用者と情報発信者は無料、観光情報発信の運営者が費用負担をおこなうビジネスモデルになっており、従来の紙情報で情報発信を行うコストと比較してはるかに安い費用で鮮度の高い情報発信の運営が実現できます。

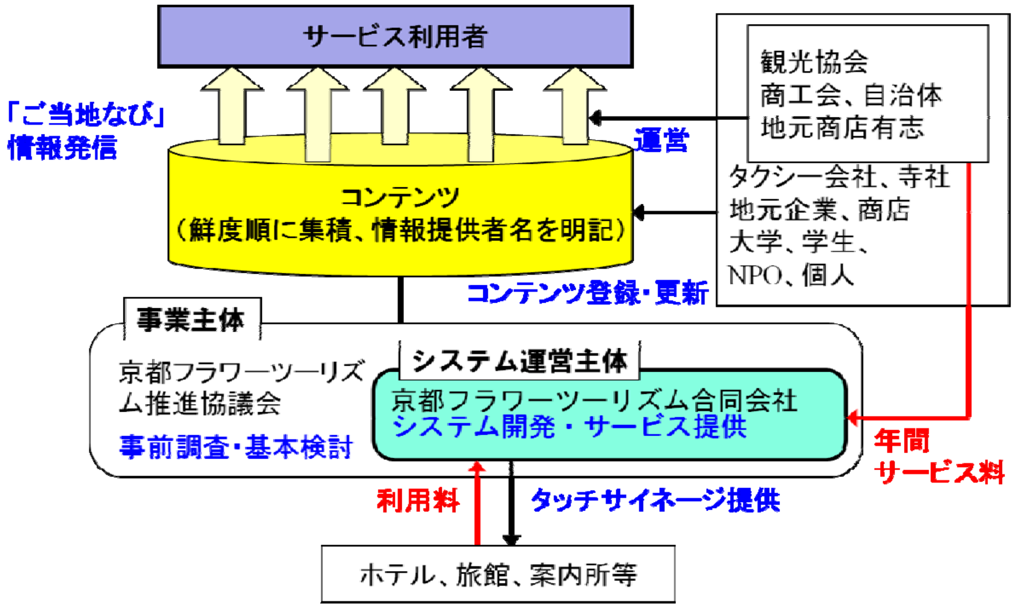


図5 ビジネスモデル