



ITを活用した観光振興策の提言

提 言

2005年4月

土佐経済同友会

2005-02-015

ITを活用した観光振興策の提言

土佐経済同友会

代表幹事 日和崎 二郎

代表幹事 千頭 邦夫

観光振興委員長 岡内 啓明

1. 要旨

全国的に旅行市場が伸び悩む中、各県とも工夫を凝らした観光振興施策を実施し、地域活性化につなげようとしている。高知県でも同様に観光資源を再構築し、「観光客を誘致」並びに「観光客の定着」により観光振興につながる施策を検討しているところであるが、課題も多い。

たとえば、観光関連のパンフレットやホームページが数多くあるが、効果的に活用されていないことや、高知県の観光資源は自然、歴史（偉人）、文化とも素材は豊富でありながら、それが埋もれてしまっていたり、点在しているため、これらの魅力を観光客に十分にアピールできていないのが現状である。また、多様化する観光客のニーズに応えられる魅力的な周遊ルート案内の整備も十分とは言えない。こうした問題の多くは、散在する観光情報を観光客の視点に立って充実させ、有機的に結合させることによって克服することが可能と考えられる。

一方、近年、ITの進展は目覚しく、インターネットや携帯電話もかなり普及している。ITの特徴は、全国（世界）に情報発信できること、情報コンテンツ（内容）が比較的、コストをかけずに容易に作成・変更が可能であることなどがあげられる。そして、観光振興策の1つの効果的な手段としても注目されるようになってきた。

このため、（財）高知県観光コンベンション協会が中心となって、ITを活用し、観光情報を集約、再構築することによって、効果的な情報発信を可能とする仕組みを構築する観点から、以下の提言を行う。

提言-1 観光の窓口ホームページの構築と情報集約＜認知＞

提言-2 観光テーマ別の専門ホームページの作成＜誘致＞

提言-3 観光スポットにおける情報提供施策の実施＜満足＞

提言-4 観光周遊ルート案内の充実施策の実施＜定着＞

2. 現状の問題点

2. 1 情報発信の仕方

- ①各団体・民間企業のホームページで個別に観光情報を扱っており、高知の観光情報の

インターネットからの窓口が一元化されていない。

②既存の観光ホームページで扱っている情報はやや網羅的であり、観光情報の深みが十分でない。

③観光関連イベント等の最新情報が適時に周知されていない。

2. 2 観光スポットの情報提供の仕方

④観光スポットにおける解説が不十分であり、魅力が埋もれてしまっている。

2. 3 周遊ルート案内の仕方

⑤観光スポットが点在しており、史跡等の場所や行き方が分かりにくい。

⑥周遊ルートマップは数多くあるが、周遊する意欲を持ってもらう施策が十分でない。

3. 提言のねらいと施策概要

3. 1 提言-1 観光の窓口ホームページの構築と情報集約<認知>

3. 1. 1 ねらい: 高知の魅力を知ってもらう。

3. 1. 2 提言施策

(1)(財)高知県観光コンベンション協会が作成・運用している「よさこいネット」を高知県の観光情報のインターネットからの総合窓口ホームページとして再構築し、各団体・民間企業のホームページや専門ホームページ(提言2)との相互参照(リンク)を行い、観光情報を集約すること提言する。

3. 2 提言-2 観光テーマ別の専門ホームページの作成<誘致>

3. 2. 1 ねらい: 高知の魅力を知ってもらう。

3. 2. 2 提言施策

(1)(財)高知県観光コンベンション協会が中心となって「観光テーマ別の専用ホームページ」を作成し、深みのある観光情報をインターネットを通じて発信することを提言する。

※観光テーマとは……観光するときに中心となる題材(表1参照)

(2)(財)高知県観光コンベンション協会が中心となって観光イベント等の最新情報をインターネットを通じて周知することを提言する。また、希望者に電子メール(携帯メール含む)で送付することを提言する。

3. 3 提言-3 観光スポットにおける情報提供施策の実施<満足>

3. 3. 1 ねらい: 観光客に自然や史跡・遺跡の理解を深めてもらう。

3. 3. 2 提言施策

(財)高知県観光コンベンション協会が中心となって、観光スポット(特に、雄大な自然・景勝や人文的価値のある史跡であるにもかかわらず解説表示板がなかったり、解説が不十分な観光スポット)を携帯IT端末等を使って、観光客に観光情報を提供し、来訪価値を高めることを提言する。

3. 4 提言-4 観光周遊ルート案内の充実施策の実施<定着>

3. 4. 1 ねらい：観光客に高知ファンになってもらい、何度も来高してもらう。

3. 4. 2 提言施策：

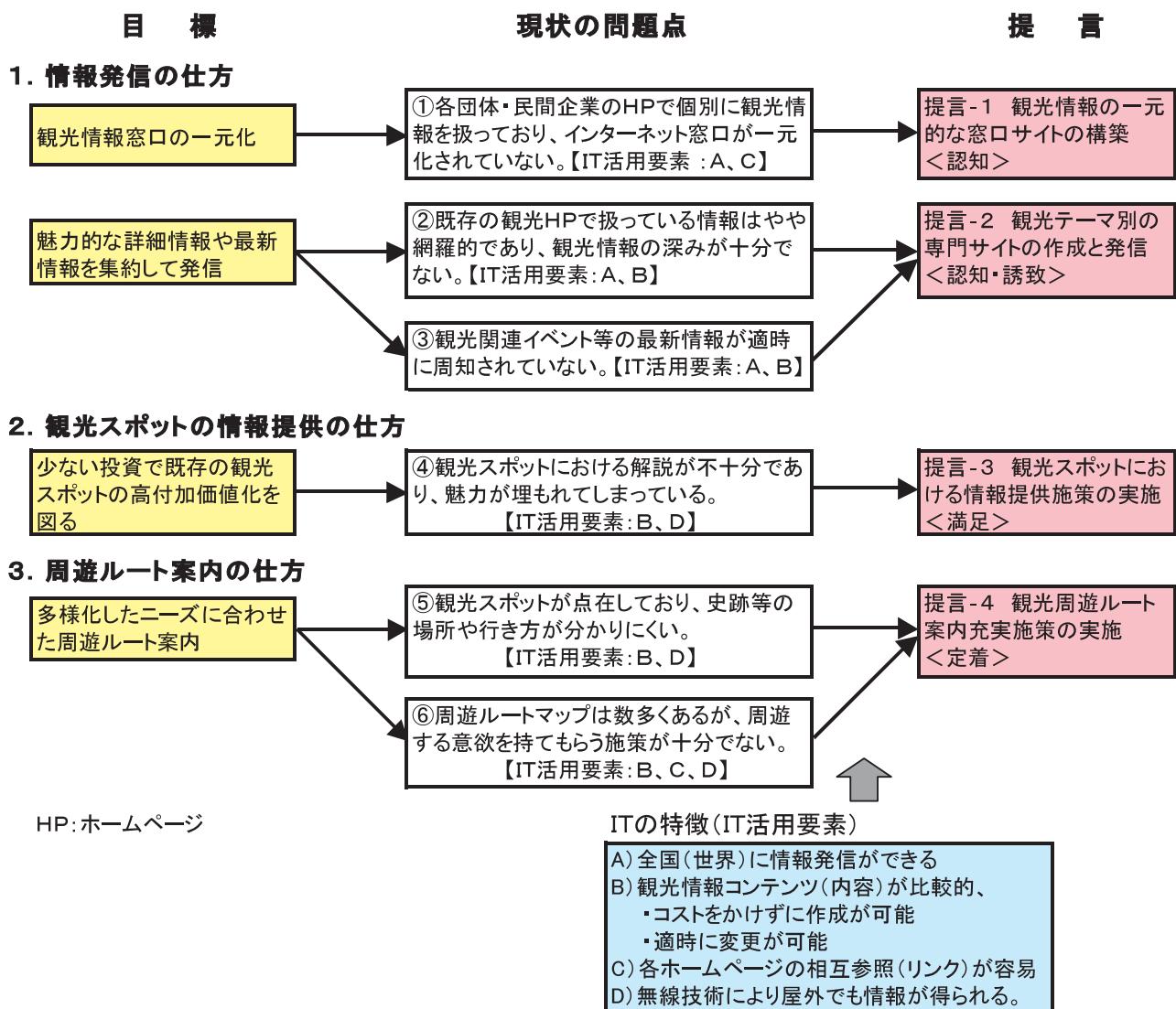
(1)「観光テーマ別の周遊ルート」の作成(点を線で結ぶ、さらに面的に膨らませる)

(財)高知県観光コンベンション協会が中心となって、専門ホームページ(提言2)に「ニーズに合わせた複数の周遊ルート案内」を掲載し、ルートに沿って周遊する魅力を与えることにより、滞在時間を長くすることを提言する。

(2)観光客への周遊意欲の付与と観光にかかる業界との事業化

各周遊ルートにスタンプラリーやポイントカードのような仕掛けを組み込ませ、周遊すると観光客毎にポイントが貯まり、貯めたポイントがある条件を満足すると景品が貰えるような周遊意欲を付与する。これには、観光業界(旅館・ホテル、商店街、交通機関等)に協賛してもらい、景品の引き換えや各種IT機器の貸し出しなどを協力していただく。なお、協賛店舗には、観光客への販売機会が増えるメリットを付与する。

図1 目標と現状の問題点及び提言の関係



4. 実現ステップ

- (1)当面はテーマを「山内一豊と千代」に絞って、提言1～4を実現することを要望する。
(2)「山内一豊と千代」の結果を踏まえ、効果が認められた場合は、テーマを広げていく。

表1 観光テーマ例

項目	テーマ例	サブテーマ例	提言1:観光窓口HPの構築と情報集約	提言2:観光テーマ別の専門HPの作成	提言3:観光スポットにおける情報提供	提言4:観光周遊ルート案内の充実
自然景勝	太平洋(黒潮)	ホエールウォッチング				
	清流	鮎、蛍				
	地球33番地					
歴史・偉人	紀貫之					
	長宗我部元親					
	坂本竜馬	河田小龍、武市瑞山等				
	山内一豊	千代、山内容堂	この観光テーマで提言1～4を試行的に実施することを提言			
	板垣退助	後藤象二郎、中江兆民等				
マンガ	やなせたかし					
	横山隆一					
	青柳裕介					
祭り、イベント	よさこい祭り					
	プロ野球キャンプ					
食文化	皿鉢					
	かつお					
	鮎					
土佐文化	土佐弁					
	街路市					
等						

資料編

1. 提言の背景

1. 1 全国的な動向

1. 1. 1 観光立国推進戦略会議報告書(平成16年11月30日)

地域主導の国際競争力のある観光地づくり・新しい観光への取組みを全国へ展開するため、観光立国推進に向けての4つの課題と、国、自治体、産業界などに対する55の提言をしている。

【基本コンセプト】

① 長期滞在志向

通過・日帰り型から宿泊拠点型への転換、リピーター化・週末住民化・定住化の推進等1日でも長く滞在したくなるような楽しい魅力溢れる観光地づくりを目指すものであること。

② コンテンツ重視

面白く楽しく充実したプログラム(スポーツ、学習、産業、文化探訪等)の開発や、時間消費型(参加、交流、体験等)への転換等観光コンテンツを重視したものであること。

③ 顧客起点

供給者の利益を起点(例えばリベート、大量規格商品)とするものではなく、あくまで顧客の満足と効用を起点とし、顧客に本当の価値を提供するという視点に立脚するものであること。

④ 受け地主導

送客側主導の商品・サービス設計でなく、受客側(受け地側)主導で商品・サービスを設計し、受け地に付加価値を創造すること。

⑤ 選択の自由

泊食分離、交泊分離等を通じてサービス・商品の価格帯や内容について顧客が選択できる種類と幅を広げ、サービス・商品提供者間の健全な競争を促進するものであること。

⑥ 地域資源の活用

地域の自然的、社会的、人間的な資源を十分に活用するとともに、地域の豊かな生活文化・生活の質を観光資源として観光客と共有することを目指すこと。

1. 1. 2 日本商工会議所による観光振興施策実態調査結果

全国の観光振興施策の取り組み状況を以下に示す。

【データ】日本商工会議所の「各地における観光振興への取り組み状況等に係る実態調査結果」

- ・対象: 527商工会議所
- ・実施時期: 平成15年9月3日～19日
- ・回答数: 408商工会議所(回収率: 77.4%)

(1) 全国の観光振興事業

これまで取り組んできた観光振興事業、あるいは今後取り組む予定の事業として、①観光インフラの整備、②広域観光の振興、③伝統芸能・文化の維持・保存、④産業観光の振興、⑤ITの活用が多く回答されている(図1)。

また、これまで取り組んできた観光振興事業のうち、特に効果をあげている事業としては、①「広域観光の振興」、②「観光インフラの整備」、③「ITの活用」等が多くあげられている(図2)。

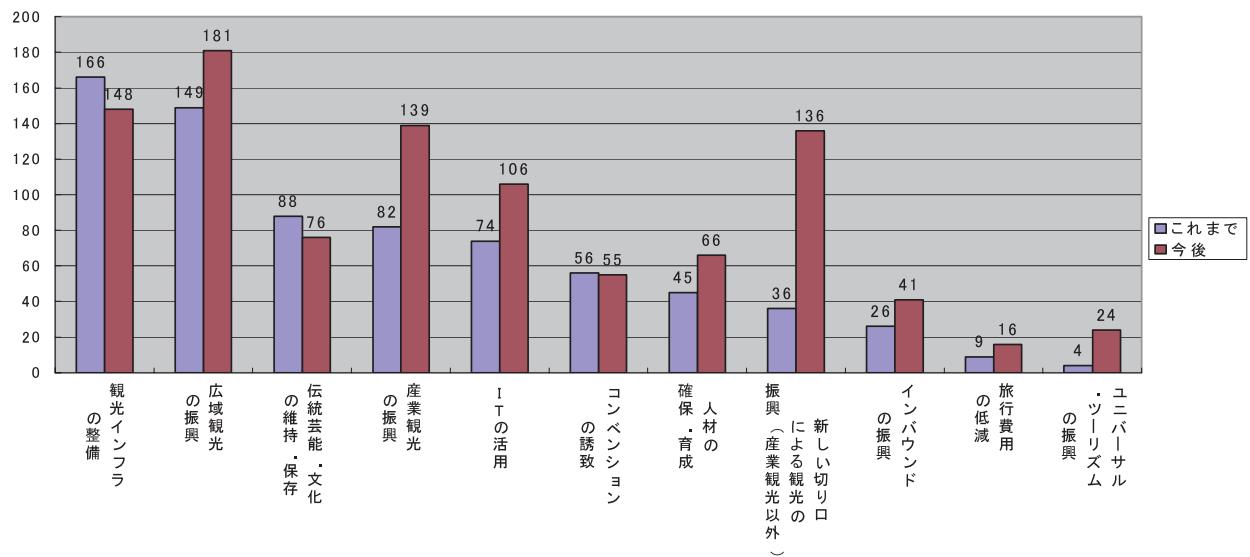


図1 重点的に取り組んできた(予定も含む)観光振興事業

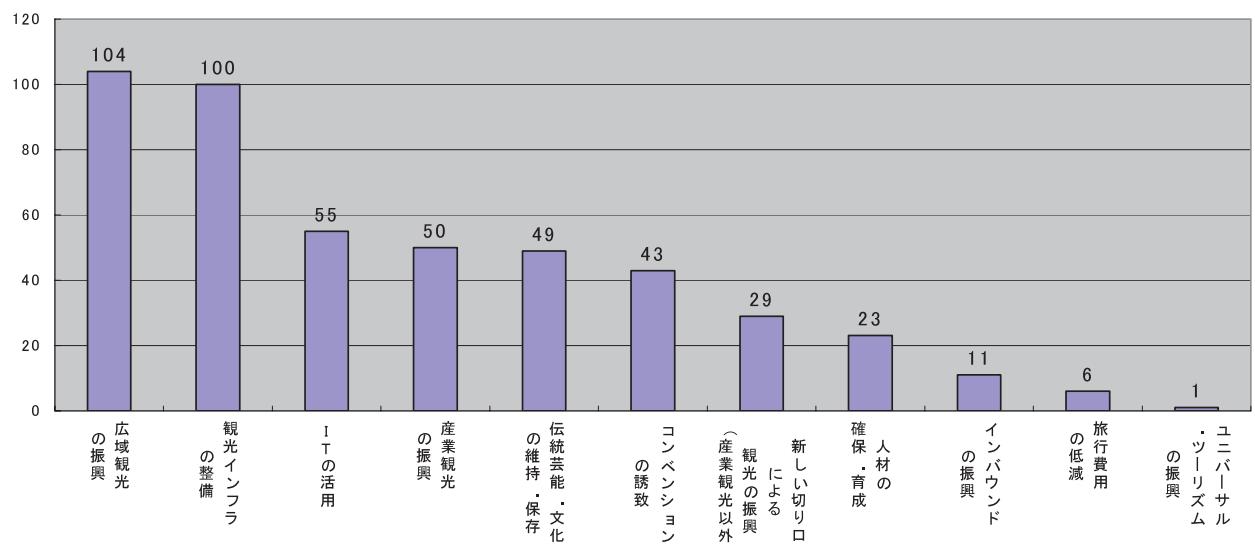


図2 特に効果をあげている観光振興事業

(2) 広域観光

同調査で、「広域観光の振興」の事例は、①各地域との共同PR、②広域観光ルート、旅行商品の開発が多い(図3)。

(3) ITの活用

同調査の結果で、「IT活用」の事例は、①インターネットによる観光情報の提供、②観光資源のデータベースを構築、③インターネットによるホテル等の予約受付、④携帯電話へのリアルタイムな情報の発信があげられている(図4)。

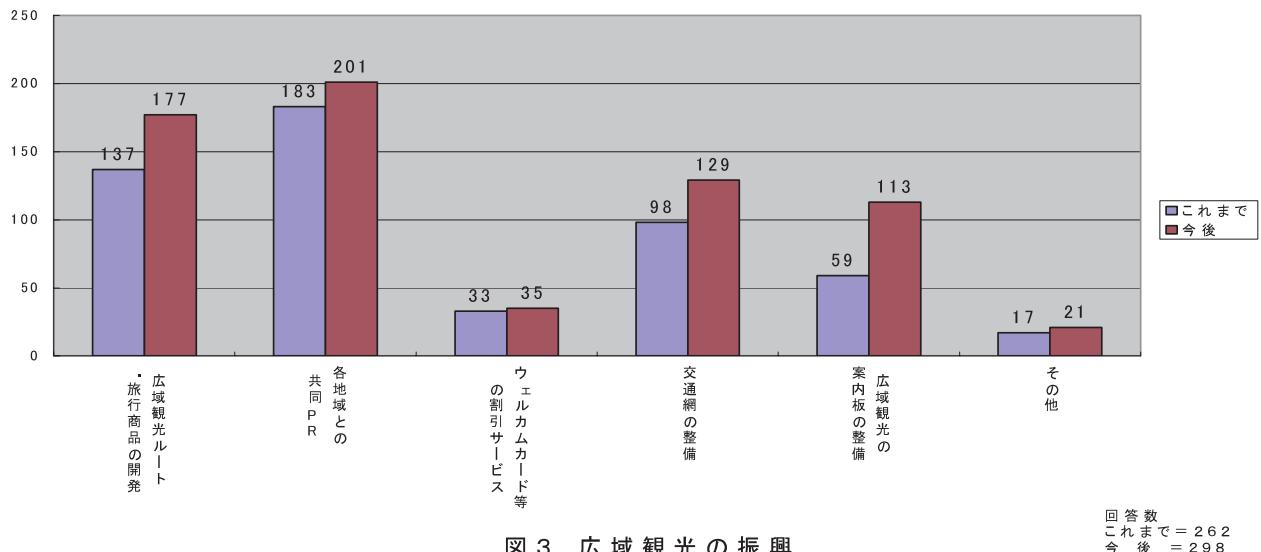


図3 広域観光の振興

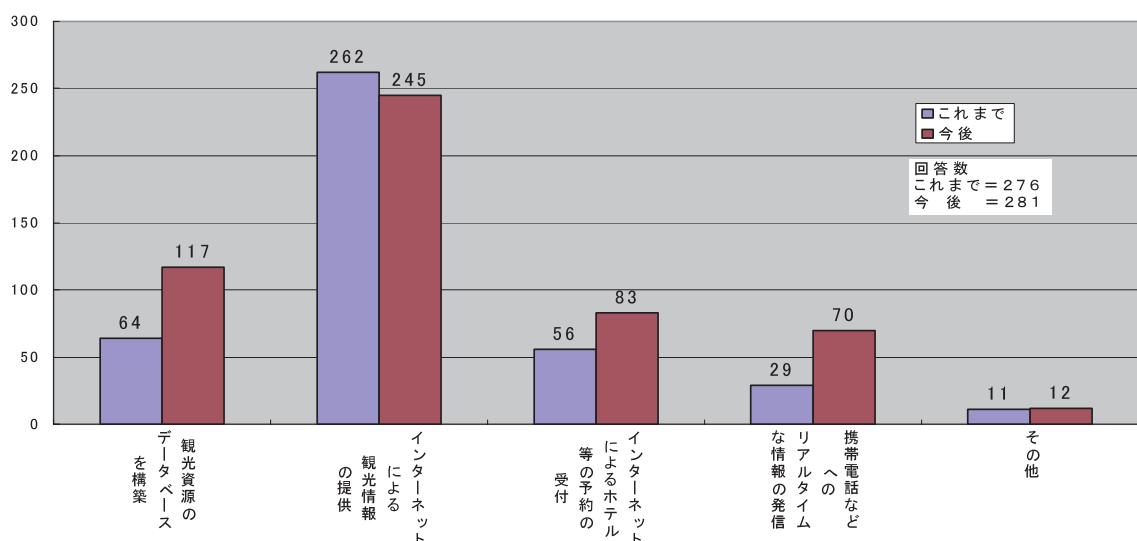


図4 ITの活用

1.1.3 「IT技術を活用した観光振興施策」の他県の事例

①和歌山

点在する観光資源情報を集約し、インターネットを活用して、各地域の景勝地やイベントをリアルタイム映像中継を含む魅力ある観光情報を観光情報サービスセンターに設置した公衆端末に提供するシステムを開発した模様。

②尾道

携帯電話を使って市内の観光情報を提供する「尾道ケイタイ観光ナビ どこでも博物館」を開設している。現在100箇所が登録されている。

③仙台

ネットでロケ地(約800箇所)の画像付きデータベースを公開している。地域別、情景別、ジャンル別、フリーワードで検索可能にしている。

④下関

二次元コード(QRコード)による観光情報ホームページにアクセスできる。市内29ヶ所の史跡、

16の飲食店、8ヶ所の宿泊施設、イベント案内、交通機関の時刻表など。スタンプラリーやポイントカードのようなビジネスモデルを組み込んでいるか不明。

⑤金沢

金沢の中心部にある片町商店街振興組合から会員にクーポン券をメール配信。会員は店でクーポン券が表示された携帯電話の画面をみて割引やプレゼントなどの特典を受けられる。

1.2 高知県の観光の特徴と動向

【データ】高知県観光振興課

<株高知新聞企業 月刊調査情報 特集 平成15年県外観光客動態調査 2004.8より>

(1) 全体の傾向

県外観光客は315万人(旧手法:510万人、対前年1.2%減)で微減傾向にある。しかしながら、一人あたりの消費額はここ数年微増している。

(2) 観光客誘致について<認知>

ア. 高知の魅力は何か?

高知の観光の強みは、自然見物、歴史史跡探索とお祭り、そして滞在すると分かるあつたか風土である。一方、弱みは交通の便が悪いことと観光スポットが分散している。

下記のデータから、高知への旅行目的は自然見物・町歩き(28%)が多く、次いで休養・慰安(16%)、神仏・靈場巡り(8%)であり、高知の自然や歴史文化の探索に魅力を感じているものの、自然見物・町歩きと神仏・靈場巡りが年々、減少傾向にある(図5)。したがって、これらの魅力をもう一度、再構築し、県外にアピールすることが必要であると思われる。

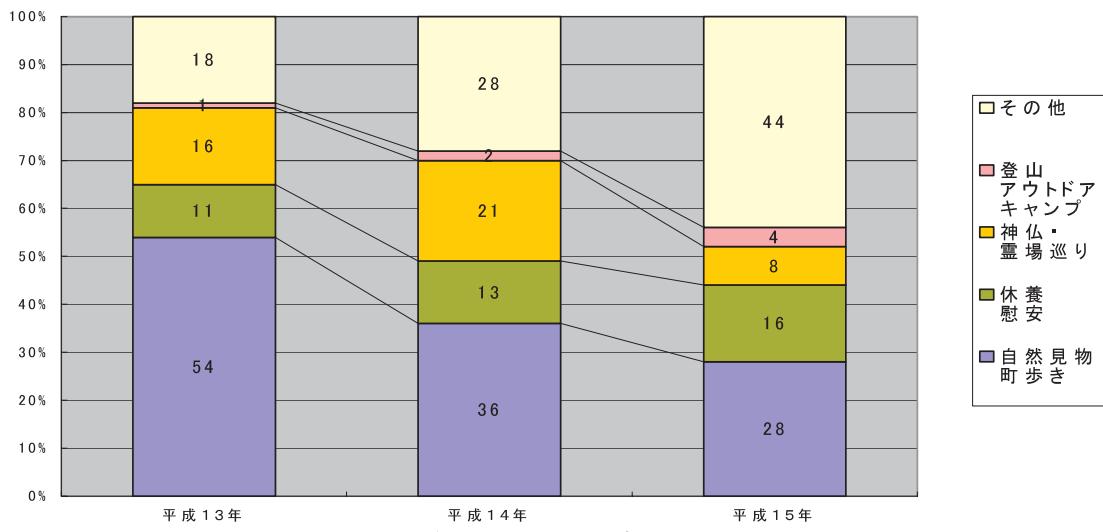


図5 旅行目的別比率

イ. 観光動機は何か?

「本人の希望(38%)」が最も多いが、次に「知人・友人の話(15%)」、「前回のイメージ(10%)」とつづく、「インターネットで知ったことが動機」とする割り合いが2%と少なく、まだ、認知してもらうために効果的な手段になっていない(図6)。ただ、前述した全国的な動向では「特に効果をあげている事業」として、「ITの活用」があげられ、その事例として、「インターネットによる観光情報の提供」があげられていることから、高知における、「インターネットによる観光情報の提供方法」の再検証・再構築をする必要があると思われる。

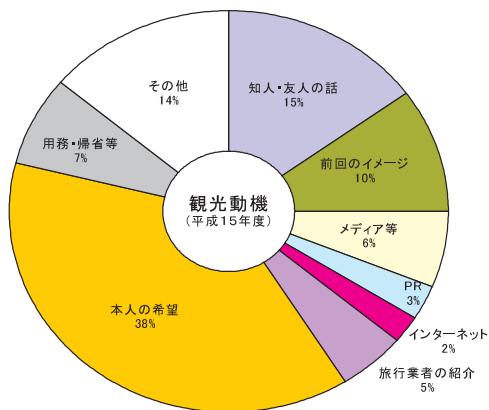


図6 観光動機

ウ. 観光客のターゲットは誰か？

50代以上のシニア層が多いという先入観があったが、年代によって顕著な偏りはなく、各年代ともほぼ均等に訪れているといえる(図7)。したがって、「携帯電話やパソコン・PDA(携帯電子手帳)等を活用した観光振興施策」を若年層を対象に実施する効果はあると思われる。ちなみに、年代別に消費額を見てみても年代による偏りはない(図11)。

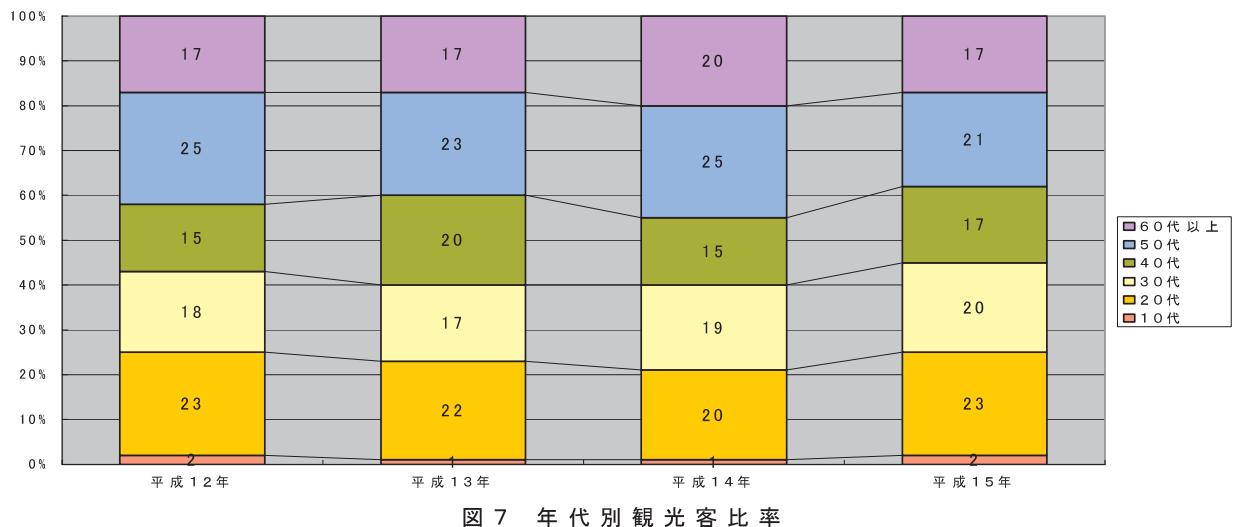


図7 年代別観光客比率

(3) 来高した観光客の特徴

ア. 旅行形態は

一人旅は少なく、家族づれ、趣味・嗜好を同じにする友人による小グループが多い。団体も増えている(図8)。

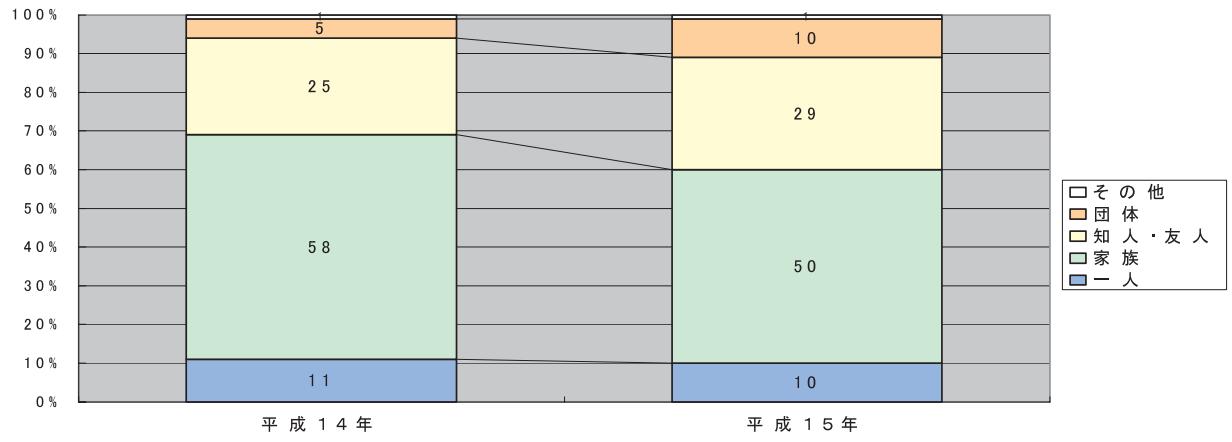


図 8 旅行形態別比率

イ. 何日滞在してくれているか？

旅行日数は日帰り(33%)が微増しているが、一方で1泊2日(40%)が減少するものの2泊3日以上(27%)が微増傾向(図9)にあり、長期滞在することで体感する高知の魅力を引き出す施策が観光消費額の増加につながると考えられる。また、年代による旅行日数は、意外にも10代で増加傾向、50代以上が減少傾向にあるが、顕著な偏りはない(図10)。

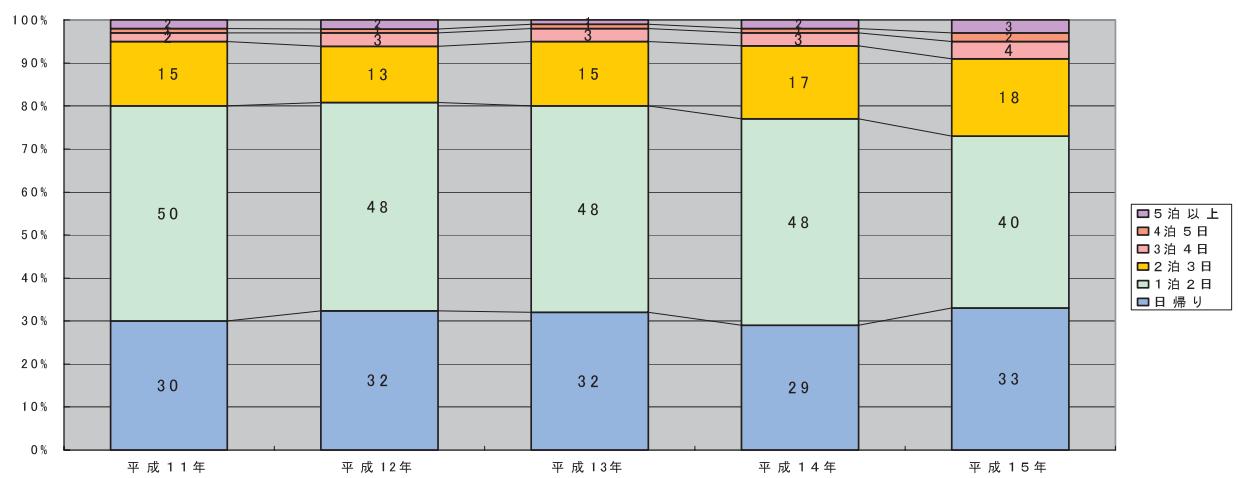


図9 旅行日数比率

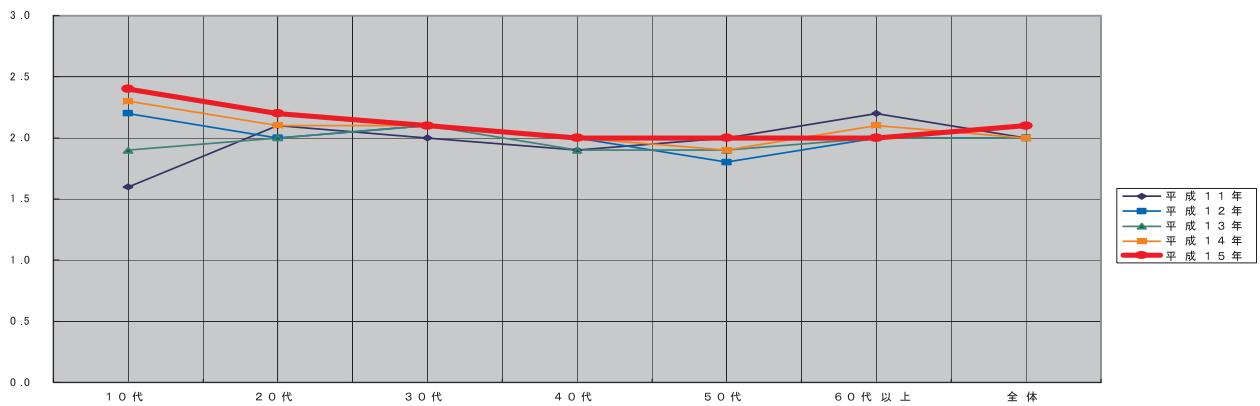
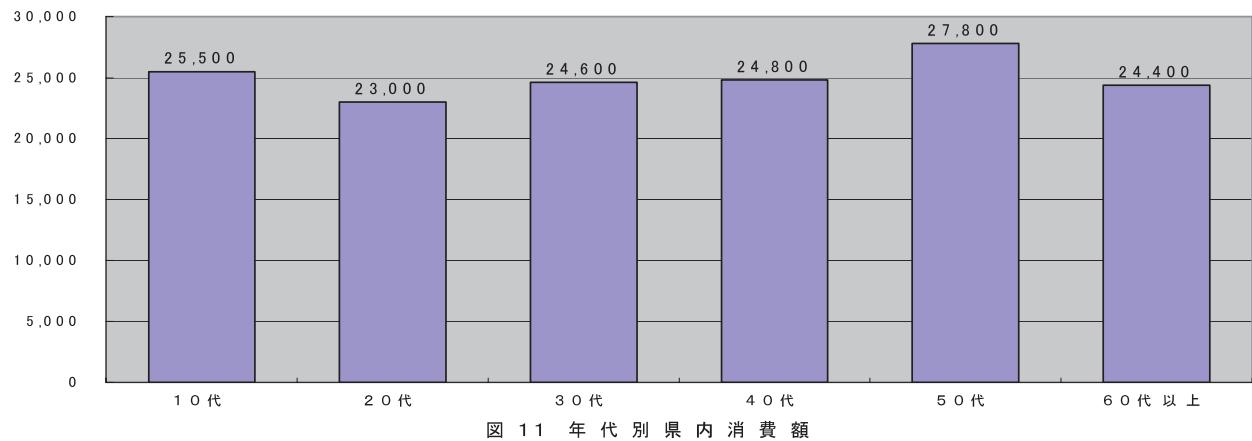


図10 年代別旅行日数

ウ. 消費額

高知県内平均観光消費額は、24960円であり、年代別に見ると、50代がやや消費額が多いが、顕著な偏りはない。



(4) 高知に来た回数<愛着>

前述の来高動機にも「前回のイメージ(10%)」とあるように、来高回数が「3回以上の観光客」が53%あり(図12)、高知の魅力を理解してくれている高知ファンが多いということであり、さらなる定着に向けた施策に期待できる。

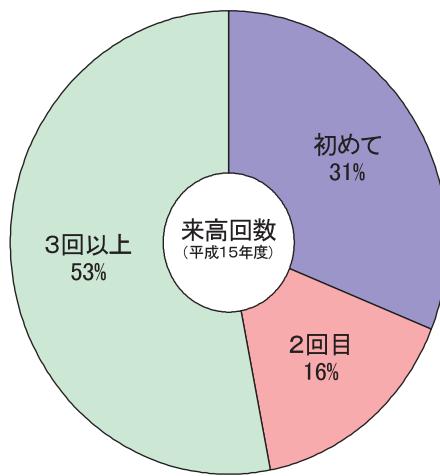


図12 来高回数

【観光振興委員会 検討メンバー一覧 (2005年3月現在)

岡内 啓明(委員長)			
竹内 太一(副委員長)	森 英俊(副委員長)		
竹島 謙 (書記役)	西岡 邦彦(書記役)		
石井 吉春	井上 泰日子	大野 一郎	尾崎 元晴
小原 一輝	角田 明	片岡 賢	加藤 貴之
苅田 恭治	刈谷 昭信	川島 清貴	木村 祐二
櫛田 誠希	佐々木 徹	徐 日澤	武石 利彦
武田 薫	竹村 昭彦	立田 雅弘	田中 正
寺村 勉	東谷 望史	中川 善正	永山 丈久
西山 昌男	林 毅	原田 茂	藤本 正孝
松木 裕之	溝渕 昌弘	宮村 耕資	三好 敏之
村田 耕一	山本 雅久	横山 香代子	吉村 浩二
和田 均			

【観光振興委員会開催記録】

2004年

第1回	3月22日	21名
第2回	4月26日	19名
第3回	5月24日	19名
第4回	6月28日	14名
第5回	7月26日	15名
第6回	8月23日	12名
第7回	9月27日	10名
第8回	10月25日	13名
第9回	11月15日	13名
第10回	12月20日	20名

2005年

第1回	2月 8日	16名
第2回	3月 5日	12名

本件に関する問い合わせ先

土佐経済同友会 事務局

〒780-0823 高知市菜園場町1-21 四国総合ビル3F 四銀キャピタルリサーチ(株)内

TEL:088-885-6707 FAX:088-883-1156

◇インターネットホームページ <http://www.tosa-te.ne.jp/~tosadoyu/>

◇メールアドレス tosadoyu@orange.ocn.ne.jp