

3ZE-7

着地型観光における個人観光支援システムの構築

佐々木 丈[†] 植竹 俊文[†] 堀川 三好[†] 菅原 光政[†]

岩手県立大学大学院 ソフトウェア情報学研究科[†]

1. はじめに

近年の国内観光の観光形態は、個人観光へ推移しており、それに合わせ地域主導による観光振興やサービスの創出を行う着地型観光が多く見られる。しかしながら、着地型観光の課題として他地域との差別化を図るために、地域資源の明確化や情報の収集・活用、観光客の実態や観光目的の把握などがあげられる。

本研究では、個人観光客を対象とした観光支援システムを提案する。情報システムは、岩手県内の2つの地域自治体へ導入し、運用・評価を行う。これにより、個人観光客支援の観点から着地型観光のマーケティング活動を支援することを目的とする。

2. 着地型観光マーケティング活動

着地型観光を行う地域が取り組むべきマーケティング活動を図1に示す。一般的な着地型観光のマーケティングでは、評価に必要な観光客や地域住民から意見収集を行う必要があるが、現状では効果的に行われていない。そのため、観

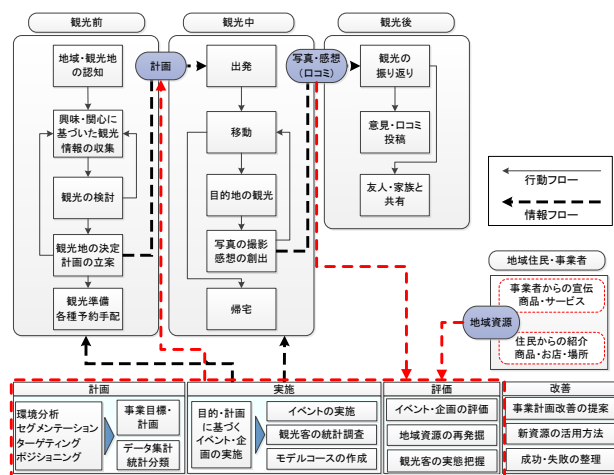


図1 提案する着地型観光のマーケティング活動

Management Support System for Community-based Tourism
 Hiro SASAKI[†], Toshifumi UETAKE[†],
 Mitsuyoshi HORIKAWA[†], Mitsumasa SUGAWARA[†]
 Graduate School of Software and Information Science, Iwate
 Prefectural University[†]

光客の口コミや地域住民の意見を地域資源に関する情報として収集・把握し、情報配信や計画立案時に活用することが求められる。特に、個人観光客の場合は、観光前支援が重要となる。そこで、地域資源に関する情報を観光計画立案に活用する。

3. 地域資源に関する情報の収集・活用

3.1 地域資源の収集

地域資源に関する情報の収集は、携帯電話のメール機能とソーシャルメディアであるTwitterを用いる2つの方法を試みる。携帯電話では、実体験に基づく観光地の口コミや住民からの意見を、Twitterでは、Web上の観光地や地域の商品、イベントの宣伝情報を収集する。

観光前の情報配信に求められる地域資源に関する情報を図2に示す。地域・観光地の認知では主に地域の概要、観光の検討では買い物やお勧め情報などの詳細な情報、計画立案時には天候や交通などの実用的な情報が求められる。これにより、観光地情報を補完し、具体的で活用性ある情報を個人観光客へ提供する。

3.2 観光計画立案への活用

地域資源に関する情報は個人観光客の観光計画立案に活用する。観光計画のコンセプトは、観光客の目的を取り入れ時間や移動を考慮した日程を示す計画とする。観光計画の立案には、季節性・利用対象を踏まえた目的や来場日、来客数、交通手段など観光客の詳細な情報、地域

	地域独自の魅力	施設に関する情報	季節に関する旬な情報	費用情報	体験・レクリエーション情報	経路・交通情報
地域・観光地の認知	口コミ情報 観光資源情報	イベント情報 事業の紹介 人の紹介	イベント事前紹介 クーポン告知			
観光の検討	口コミ情報 観光資源情報	観光資源情報 事業の紹介 人の紹介	観光資源情報 事業の紹介 人の紹介		体験の案内 イベント情報	
計画立案時	口コミ情報 観光資源情報	観光資源情報 事業の紹介 人の紹介 天気情報	観光資源情報 事業の紹介 人の紹介 今後の天気		体験の案内 イベント情報	イベント中継 安全・安心情報 危険の告知

図2 観光情報と地域資源に関する情報の関係

