

2. 4 観光分野

(1) 観光フリースポット

①概要

Wi-Fiフリースポットを観光名所や交通ルートに整備して、観光ナビ、オンデマンド・タクシー、観光カメラなどのサービスを提供する通信インフラの環境を整備します。

観光客に提供したい観光情報をスマートフォンやタブレット端末等で閲覧させ、観光客の利便性を向上させると同時に、観光名所への集客の向上を図ります。

②特徴

フリースポットのエリア内においてWi-Fi回線接続すると、自動的に観光ポータル画面へ誘導させることにより、観光情報やアプリケーション等を情報提供します。

③システム構成

本システムのイメージ図を図2.2.4.1に示す。

最大1.5km伝送できる屋外型広域無線システム(WiFi)

無料で広域Wi-Fi無線を利用したスマートフォン等向けサービス

複数のSSIDにより、認証等複数ネットワークを同時利用可

※SSID(Sub Station ID) 無線LANのアクセスポイントの識別子。



図2.2.4.1 観光フリースポットのイメージ

④効果

観光名所の認知度アップおよび集客向上の効果を期待できます。

⑤維持管理のためのワーク

観光フリースポットの維持管理に限定する場合はネットワーク管理・保守のみですが、後述するようにフリースポットを活用した各種サービスには別途維持管理の仕組みが必要になります。

⑥今後の可能性・応用展開

Wi-Fi フリースポットを構築する事によりタブレット端末やスマートフォン等への通信環境を整備できるため、観光分野以外にも、防災分野や福祉・保健分野等における各種システムにも広く活用できます。

⑦システム導入の際に検討すべき課題

観光フリースポットを活用した各種サービスのビジネスモデル検討が重要です。

(2) 観光ナビ

①概要

スマートフォンのGPS位置情報を利用し、周辺のスポット情報を配信来訪者、観光客の行動を誘発するアプリケーションです。

②特徴

街を選んでスポット検索し、訪れるエリアを事前にチェックできます。

今いる近くのスポットを検索街の新発見そこに行くための地図を表示します。

行きたいスポットやイベントはブックマークに保存ブックマークスポットをつなげて散策コースが作れます。コースは公開することも可能。おもしろいコースをみんなで作れます。

おすすめ散策やおすすめブックマーク、スポットの人気ランキングを紹介し、人気のスポットへ行くことができます。

今いる近くのおすすめ散策コースを検索、ダウンロードでき、地域プロモーション情報の配信も可能です。

③システム構成

本システムのイメージ図を図2.2.4.2に示す。観光ナビのアプリケーション・サーバーはクラウド型サービス、または自設自営（公設公営、公設民営）型のいずれでも構築可能です。



図2.2.4.2 観光ナビの利用イメージ

④効果

思うように人を誘導できていない場所への使用が有効です。お店や特産物、イベント情報をその場で簡単に見つけることができ、新発見を促進します。

動画や写真など詳細な情報で行動を喚起し、行き先までのナビゲーションを行うことにより興味を行動に変えます。

行く先々で新しい情報が得られるので、様々なお店やイベントに人の回遊を誘導できます。そして、観光客は意図していなかった場所に行ける可能性があります。ひいては一泊を連泊にする寄り道のご案内により地域の活性化を実現します。

また、観光客にとっては、現実との連動性により、観光スポットに対する理解度が更に増す効果があります。

⑤維持管理のためのワーク

提供する観光情報の追加・更新、システムの維持管理は随時対応できる運営体制が重要です。また、運営・維持管理を外部委託する事が可能です。

⑥今後の可能性・応用展開

ソーシャルメディアとの連携により気になるスポット情報を公開することができます。また、観光案内にゲーム性を付加することができます。

⑦システム導入の際に検討すべき課題

運営体制と更なる利便性向上に向けた効果測定を継続させる事が課題です。

(3) オンデマンド・タクシー

①概要

インターネットからのオンデマンド以外にも電話等で当日・前日予約できる配車・運行管理システムです。

②特徴

a. ドア・ツー・ドア サービス

固定ルートを走る路線バスやコミュニティバスとは異なり、自宅などのあらかじめ登録していただいた地点から目的地までをタクシー感覚で利用することが可能な新たな公共交通サービスです。

b. 多彩な予約受付

利用者は、電話での予約のみならず、インターネットや携帯サイトからも予約することが可能です。

c. 低コストで高機能な配車管理

すべての情報をデジタル化して処理することにより、高機能な配車管理を実現しております。固定ルートを走る路線バスやコミュニティバスとは異なり、空車で走ったり、回り道をするがありませんので、低コストでの運行が可能です。

d. 車載端末を用いた運行管理

車載端末を利用して、お客様の予約情報や配車センターからの指示を受信し、車両の運行情報やお客様の乗降車を管理することによって、きめ細やかな送迎を実現します。

③システム構成

本システムのイメージ図を図 2.2.4.3 に示す。

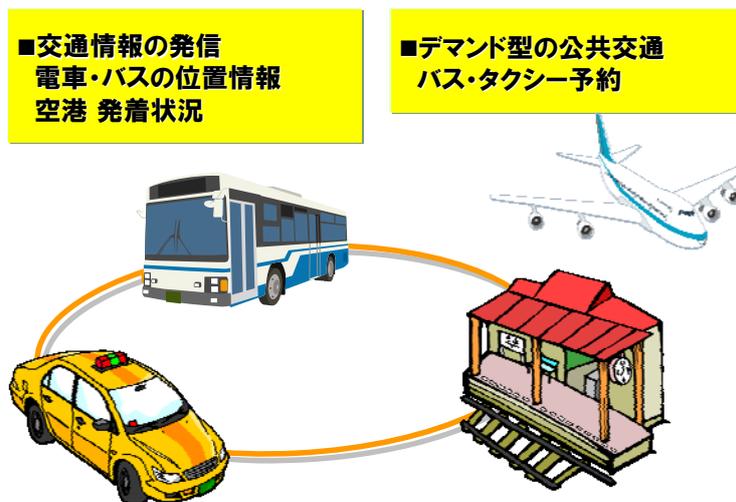


図 2.2.4.3 デマンドタクシーのイメージ

④効果

観光ナビとの連動によりネット予約の集客を増やすことが期待できます。

⑤維持管理のためのワーク

配車・運行管理にはタクシー／バス会社との業務委託等が必要になります。

⑥今後の可能性・応用展開

赤字路線バスに代わる新たな公共交通サービスとして、観光客の他に地域住民向けに公共交通サービスを提供することが期待できます。

⑦システム導入の際に検討すべき課題

タクシー／バス会社との業務委託等による連携が必要であり、ビジネスモデルの検討が重要になります。

(4) 観光カメラ

①概要

観光地にIPカメラを設置し、市内・市外の住民にインターネットで風景などの観光映像を提供します。

②特徴

固定カメラ（定点カメラ）と遠隔制御カメラを地域の特性に応じて設置できます。

③システム構成

本システムのイメージ図を図2.2.4.4に示す。

観光地等の映像をリアルタイム配信。

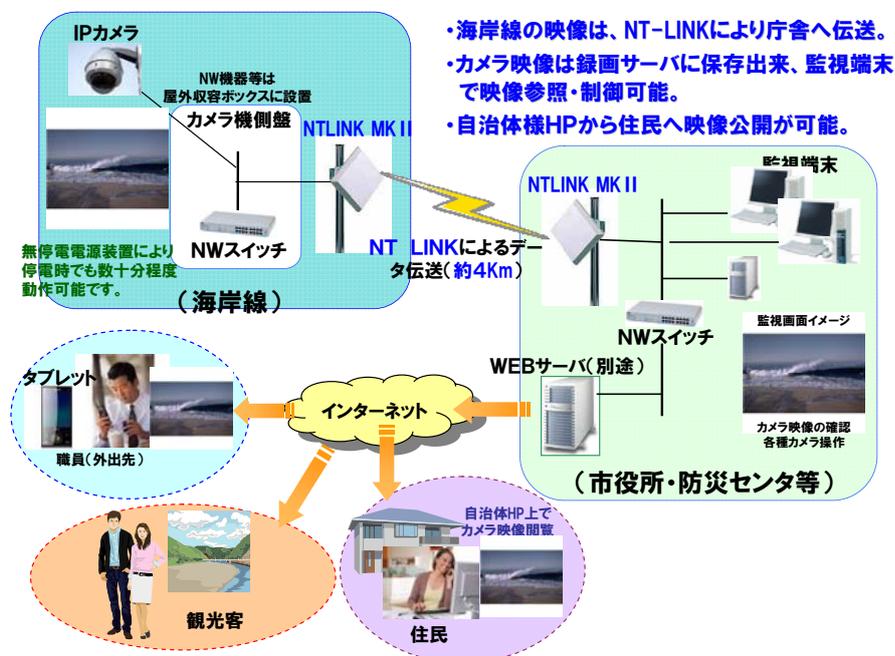


図2.2.4.4 観光カメラの利用イメージ

④効果

動画や写真など詳細な画像情報を提供する事により、「南国市へ旅行に行こう」という行動を喚起する効果を期待できます。

⑤維持管理のためのワーク

システムの保守が必要になります。

⑥今後の可能性・応用展開

防犯・防災の監視カメラとして多面的な活用が期待できます。

⑦システム導入の際に検討すべき課題

プライバシーや個人情報の保護について導入前によく検討する必要があります。

(5) プッシュ型観光情報配信システム

①概要

クラウド型ソーシャルサービスは、自治体・事業者等の告知情報を「いつでも、どこでも、だれにでも」受発信できる告知サービスです。現在お持ちのパソコンやスマートテレビ、スマートフォン、タブレット端末等をお住まいの町やふるさとの「告知・情報端末」としてお使いいただけるようになります。

このシステムを活用して大都市部在住の皆様にも南国市の出来事・イベント・特産物等の観光資源を直接提供し、観光客誘致・購買客誘致に繋げる。

また、下記(6)の「ふるさと会情報交流サイト」にも活用する。

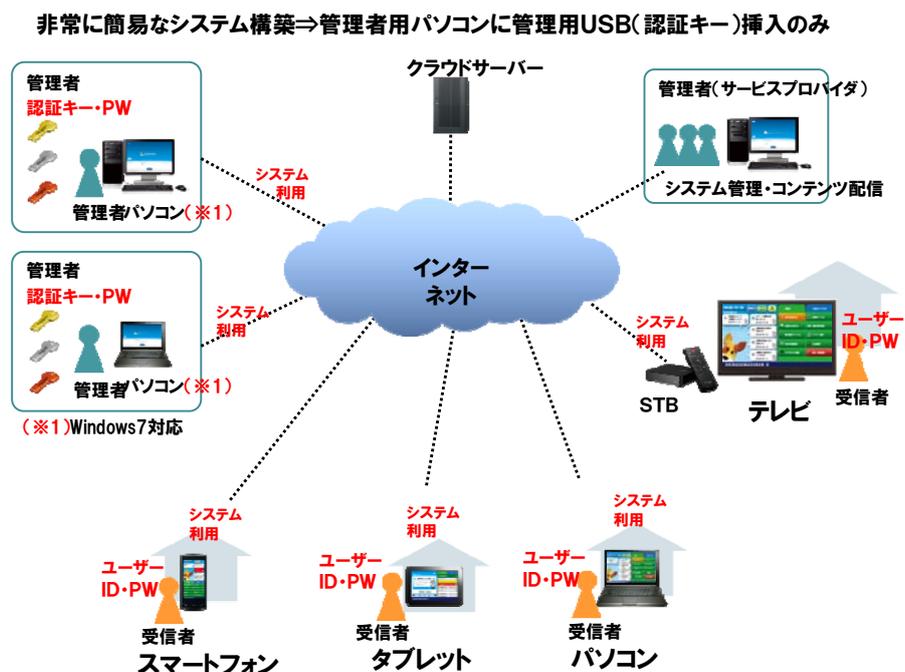
②特徴

これまでのシステムは、固定の専用端末へ情報を発信、受信するシステムでした。新たに開発されたクラウド型ソーシャルサービスは、全国どこへでもお手持ちの端末で情報が共有できます。市外に出た住民が故郷の情報を受け取ったり、災害時、町外避難をした場合でもお住まいの自治体が配信する告知情報を「いつでも・どこでも・だれでも」受信できるようになります。また、従来はサーバーや端末等のシステムの整備を必要としましたが、このシステムは発信するパソコンに管理用認証キーを格納したUSBを差し込むことで利用ができます。

告知は自動再生放送、手動再生放送、アンケート放送等を静止画や動画で配信することができます。また、音声付の告知によって他の作業をしながらもブラウザに戻ることなく内容を確認することができます。

③システム構成

本システムのイメージ図を図2.2.4.5に示す。



④効果

地方から都市部の方々へ地域の出来事・イベントや時節の特産物等を情報発信する町興しのツールとして、幅広く様々なシーンでの利用が期待できます。

⑤維持管理のためのワーク

- ・利用者管理
南国市出身者等 配信対象者の勧誘を行う。
- ・利用者の登録・変更・削除等
- ・情報配信
それぞれの利用者に合わせた情報の配信。

⑥今後の可能性・応用展開

属性（性別、年齢層等）をグループ分けが可能な為、アンケート放送を使用した属性調査も可能になります。

また、外出先・出張先や災害時の避難先でも防災情報が受け取れる新しい防災ソリューションとしても活用できます。

⑦システム導入の際に検討すべき課題

- ・高齢者への利用推進
- ・インターネット未利用世帯への導入
- ・費用負担
- ・なお、事業運営について行政担当者とソリューション提供会社が合同で対応している事例があるが、地域の観光協会等が運営主体となることが望ましい。

(6) ふるさと会情報交流サイト／SNS

①概要

全国各地に点在している南国市出身者や協力者を中心に口コミの手段としてTwitterやFacebookのソーシャルメディアを活用した観光情報交流を図ります。

②特徴

(2) 項の「観光ナビ」や(5) 項の「プッシュ型観光情報配信システム」をソーシャルメディアとシステム連携させて活用することができます。

③システム構成

観光ナビとソーシャルメディアの連携画面イメージを図2.2.4.6に示す。

ソーシャルメディアとの連携

Twitter、FaceBook に気になるスポットをつぶやくことができます。



図2.2.4.6 観光ナビとソーシャルメディアの連携画面イメージ

④効果

観光大使に代わる口コミ情報源となること、および地元が思いつかない気付きを期待できます。

⑤維持管理のためのワーク

ふるさと会会員による自主的な運営管理になります。

⑥今後の可能性・応用展開

南国市と全国に散らばる「ふるさと会」をつなぐ絆として、観光以外の交流も期待できます。

⑦システム導入の際に検討すべき課題

「ふるさと会」に入会いただく方々の事前登録などの手続きが予め必要です。

また、ソーシャルメディア運用の基本ルールやポリシーを設定し、運用ガイドラインを作成する事が重要です。ガイドライン作成にあたっては以下の項目に留意する必要があります。

ア) アカウント運用の心構え

法令遵守、情報発信に伴う影響の認識、セキュリティ管理などの基本的な心構えを明記するとともに、公式アカウント運用担当者は節度を持って明るく対応するよう対応方法を明記する。

イ) 運用体制

日常的な運用は誰が実施するのか、会員等からの意見を関連部署にどのように情報共有するか明記する。

問題発生時の対応はどこ部署で行い、最終的な判断は誰がするのか明記する。

Facebookでは、運用担当者を決めて運用していく必要があるため、運用担当者の追加や削除のルールを明記する。

ウ) 運用時間

運用担当者に過剰な負荷がかからないように、投稿する時間やユーザーに対する回答する時間を明記する。

エ) ミスや誤りの扱い

投稿のミスや誤りに気付いた時の対処方法や訂正方法を明記する。

オ) ユーザー意見への対応方法

ソーシャルメディアを運用する中で、不適切なコメントが寄せられる場合もあるため、対応方法について明記する。