

## 観光・交通産業におけるIT化実態調査

### 1. 調査の概要

調査期間：平成16年9月3日～9月13日

調査対象、回収状況等

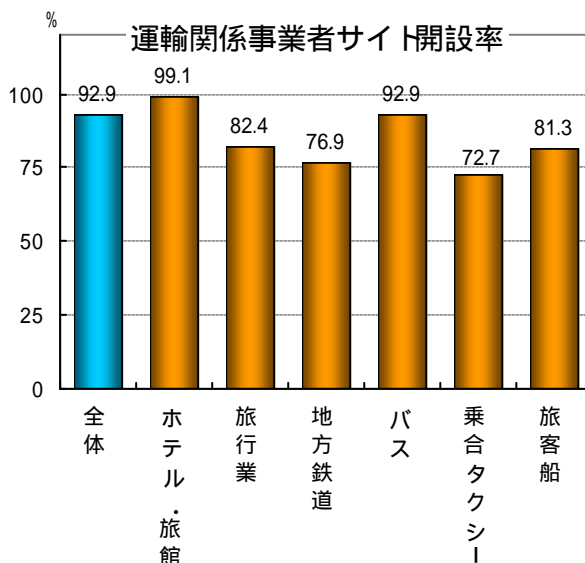
調査対象	対象数	回収数	回収率
ホテル・旅館	525社	229社	43.6%
旅行業	24社	17社	70.8%
地方鉄道	14社	13社	92.9%
バス	23社	14社	60.9%
乗合タクシー	51社	33社	64.7%
旅客船	54社	33社	61.1%

調査項目：ホームページ(以下「HP」と表示)の開設状況、HP運営費・維持費、HP情報の内容、情報更新の間隔、外国語による情報の掲載、インターネット活用の効果、インターネットトラブルの状況、インターネットの問題点、インターネット予約の状況、インターネット予約の割引制度、インターネット予約に基づく支払方法、インターネット上のクレジットの取扱 等々(各調査対象により項目等は異なる)

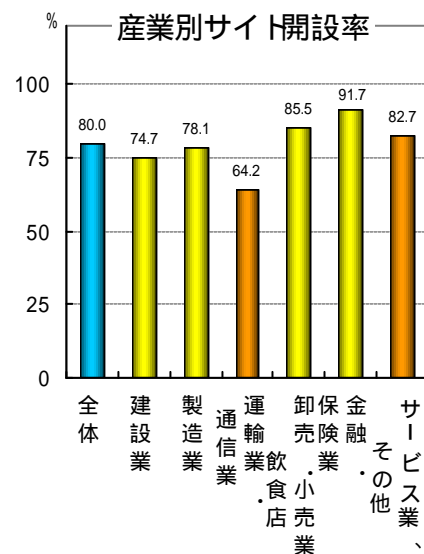
### 2. 運輸事業者の現況(概要)

サイト開設について、管内の運輸関係事業者は、ホテル・旅館業を筆頭に、各事業とも高い開設率となっている。また、東北の運輸関係事業者の平均は、全国の平均(参考グラフ)を上回っている。

グラフ1



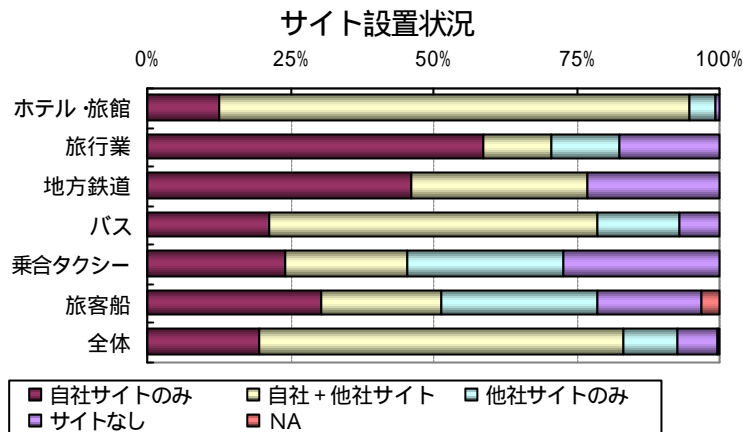
【参考】



出典 総務省 平成16年版 情報通信白書

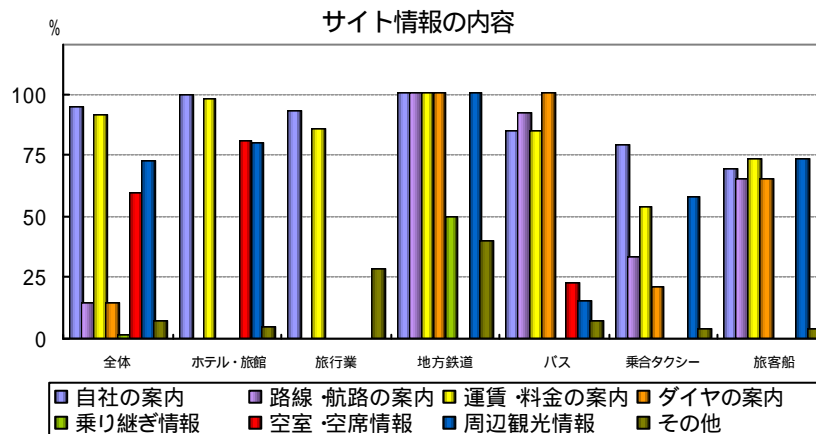
ホテル・旅館、バス事業においては、自社サイトのみならず、広く他社サイトも利用。これは、予約等のシステムの多くを他社サイトで運用しているためと思われる。

グラフ 2



自社の案内、運賃料金、ダイヤ等の利用案内、周辺観光情報は比較的幅広に紹介しているものの、バスの空席情報、乗り継ぎ情報の提供は少ない状況。

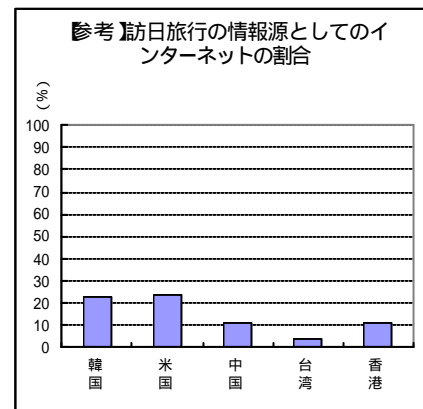
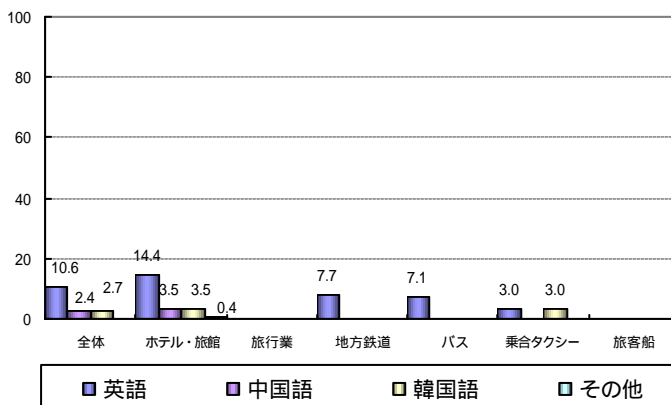
グラフ 3



外国語対応は、ホテル・旅館業は他の業種より対応率が高いものの、未対応が圧倒的な状況。特に今後必要性の高まりが見込まれる韓国語、中国語への対応率が著しく低く、改善が必要。

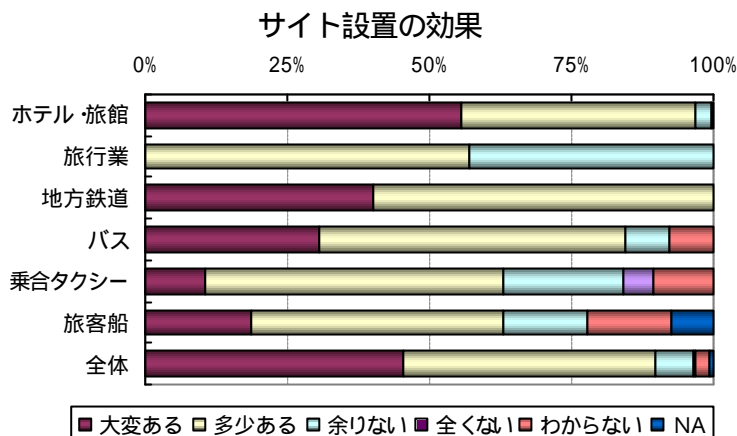
グラフ 4

外国語による情報の掲載



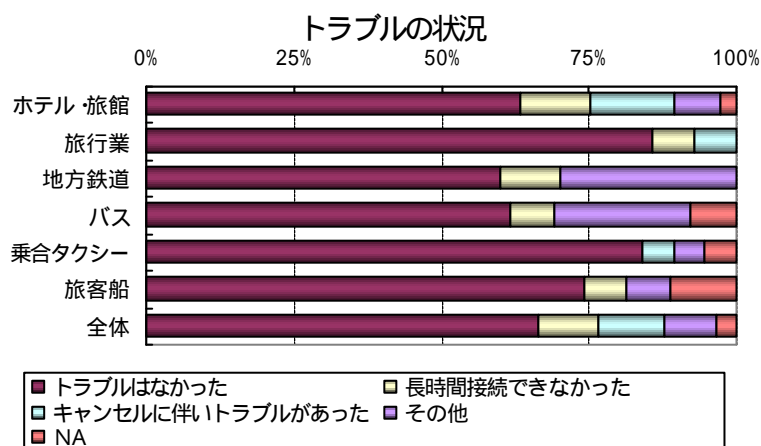
サイト設置事業者の多くは効果を認めているものの、旅行業においては、効果が余りないとする比率が高い。これは、発信情報の少なさ(グラフ3)との関係も否定できない。

グラフ5



トラブルはなかったとする率が高いものの、インターネット特有のトラブルも少なからず発生している。

グラフ6



【参考】(トラブル事例抜粋)

ホテル・旅館業

オーバーブッキング。  
ダブルブッキング。  
予約者の未到着。

地方鉄道

他の公告に自社のHPが使用された。  
他サイトに掲載されていた時刻表が更新されず、利用者から苦情。

バス

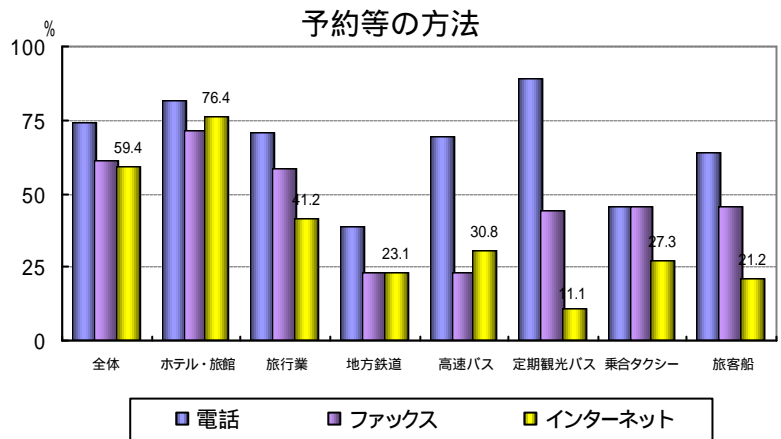
ダイヤ改正時に全路線分の更新が間に合わなかった。  
古い時刻表が掲載されていたため、利用者から苦情。

旅客船

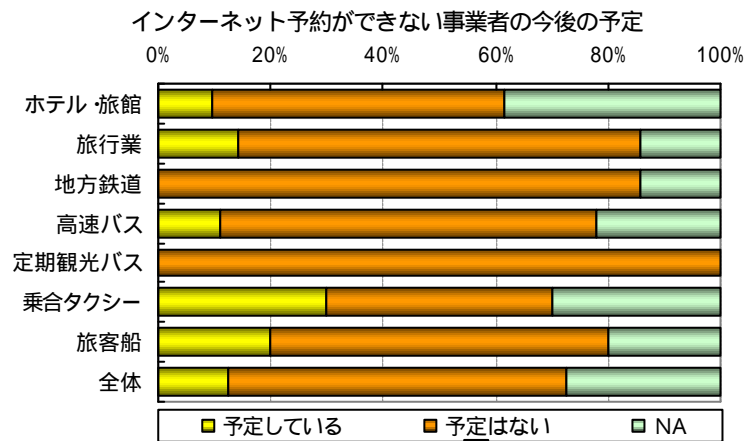
他サイトでの情報更新のレスポンスが悪く、営業上影響が大きい。

ホテル・旅館業においては、インターネット予約が電話予約に匹敵するほどの利用率となっている一方、一部予約が必要なバス、タクシー、旅客船では受け入れ側の対応(グラフ3)もあってか低迷。また、未対応の事業者における今後の対応予定(グラフ7-2)は、その多くが「予定なし」としているものの、無回答が多い(グラフ7-2)とおり、判断つきかねている事業者も少なくない。

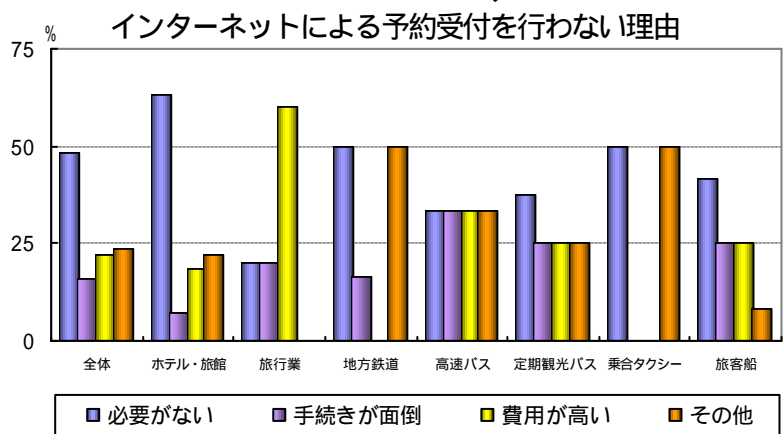
グラフ7



グラフ7-2

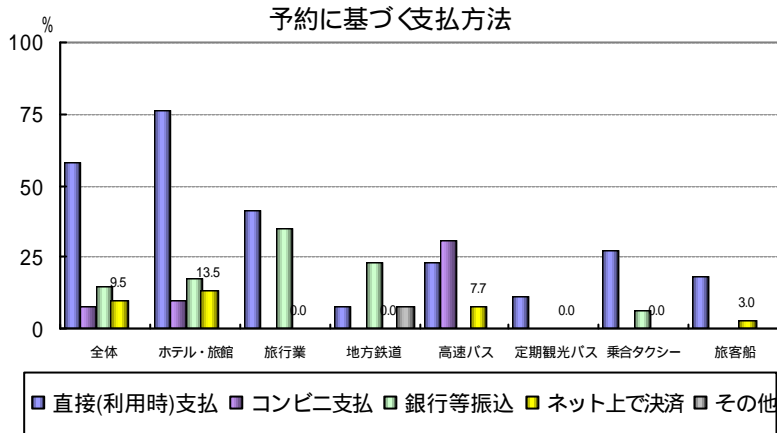


グラフ7-3

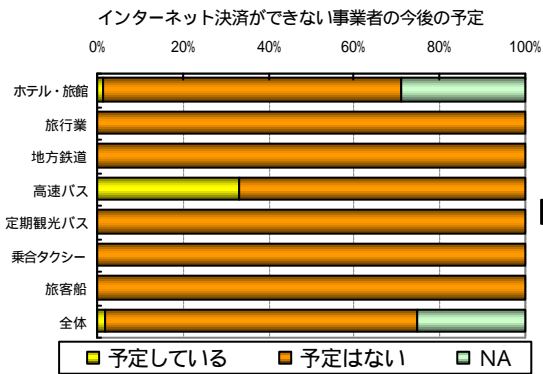


予約に基づく支払は、未だに直接(利用時)支払が多く、ネット決済対応は少ない。また、未対応事業者の今後の対応予定(グラフ8-2)は、その多くが「予定なし」としており、さらにその理由(グラフ8-3)として、「必要がない」をあげている。しかし、インターネットで情報収集する旅行者の約半数がネット予約を利用しているとのデータもあり【本頁の参考】、改善が望まれる。

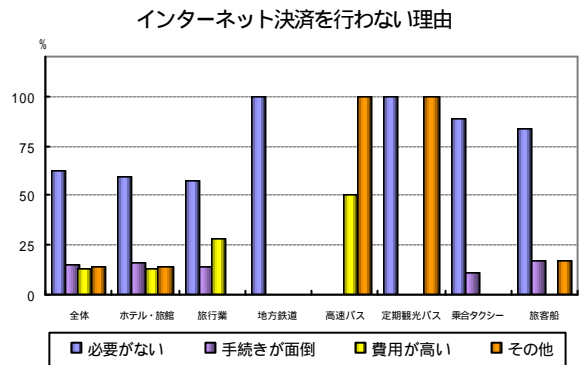
グラフ 8



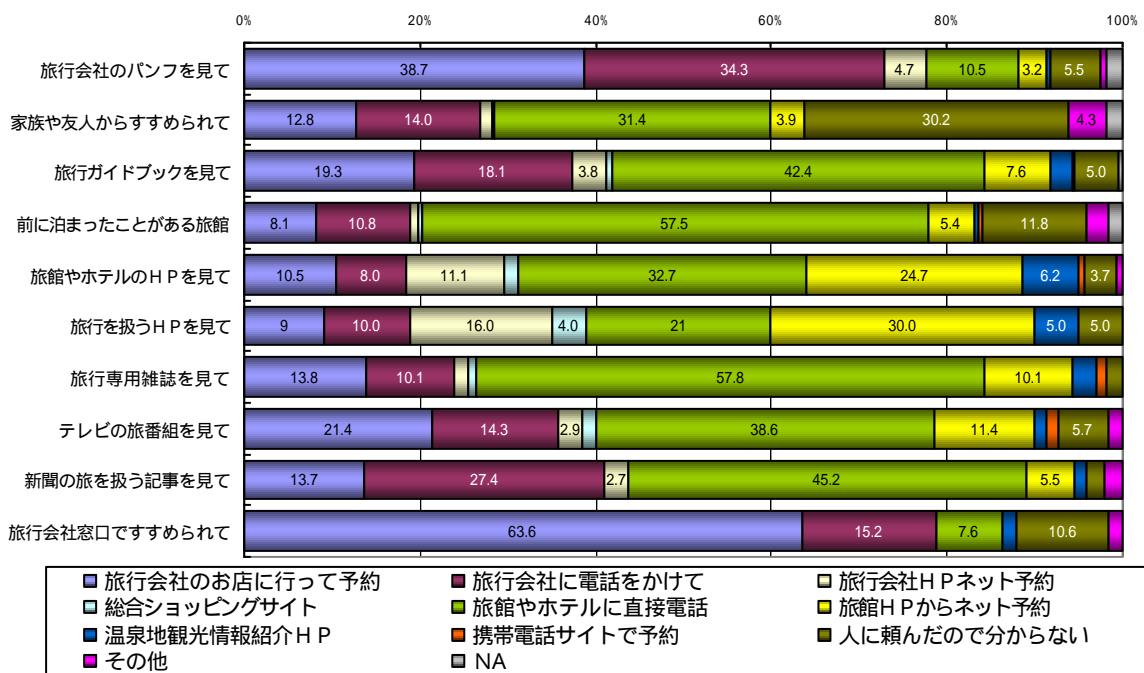
グラフ 8 - 2



グラフ 8 - 3

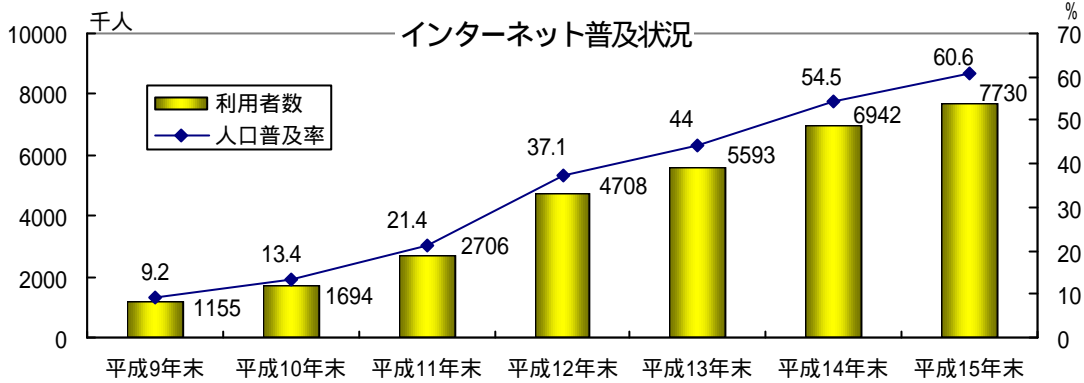


【参考】温泉地で旅館やホテルに泊まった人の情報収集方法と予約方法について (財)日本交通公社「旅行者動向 2004」より)



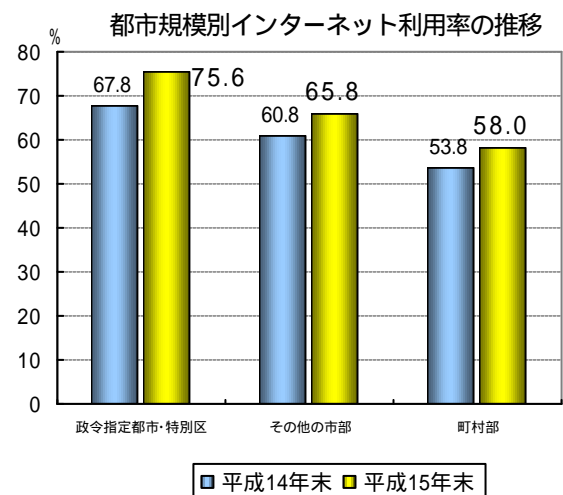
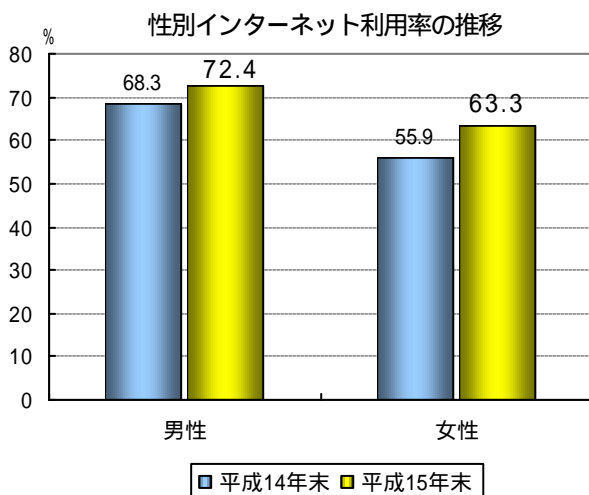
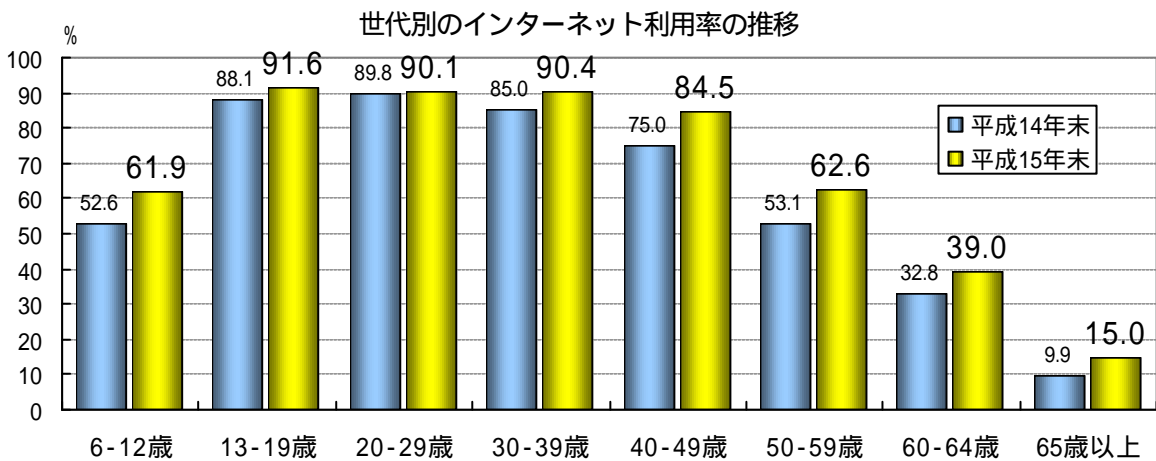
## 【参考：利用者側のインターネット環境の概要】

インターネット利用者は、対前年比 788 万人増の 7,730 万人。  
 人口普及率も、対前年比 6.1 ポイント増となり、初めて 60% を突破。



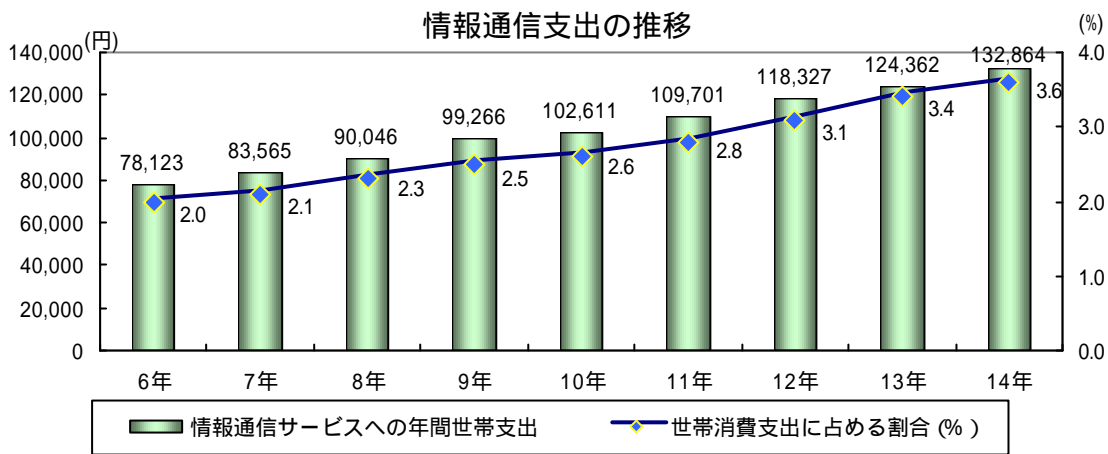
出典 総務省報道資料「平成15年通信利用動向調査の結果」(H16.4.14)

各属性において、昨年よりも利用率が増加。  
 世代別では、40代～50代、性別では、女性の増加幅が大きい。



出典 総務省報道資料「平成15年通信利用動向調査の結果」(H16.4.14)

情報通信支出は年々増加。なかでも移動電話通信料の増加が著しい一方、低廉ブロードバンドの普及等により、固定電話での通信料が低下し、両者は逆転。



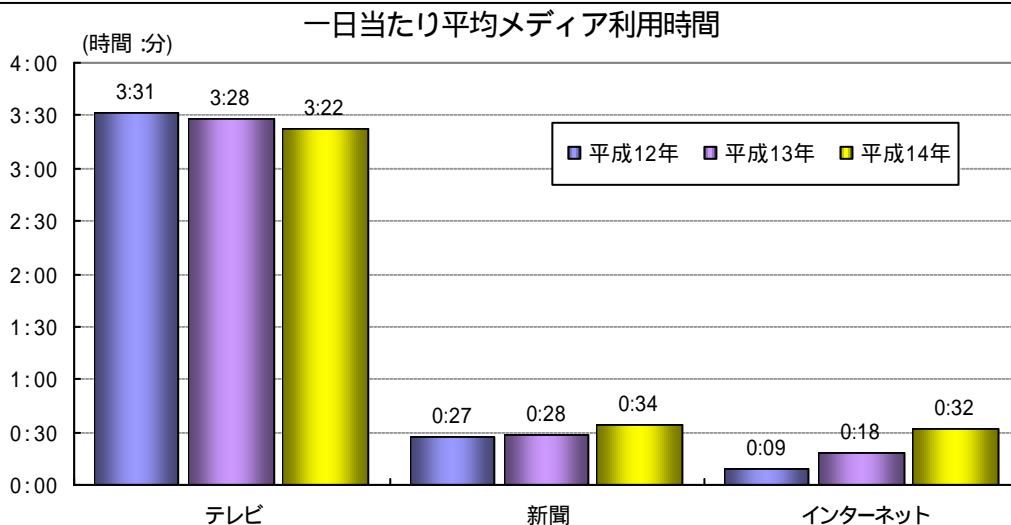
【参考】

(円)

	6年	7年	8年	9年	10年	11年	12年	13年	14年
電話通信料	62,400	67,944	73,959	82,165	83,853	90,676	98,373	103,504	110,486
(うち)固定電話通信料	-	-	-	-	-	-	69,791	64,894	54,828
(うち)移動電話通信料	-	-	-	-	-	-	28,582	38,610	55,658
放送受信料	15,723	15,621	16,087	17,101	18,758	19,025	19,954	20,858	22,378
情報通信サービスへの年間世帯支出	78,123	83,565	90,046	99,266	102,611	109,701	118,327	124,362	132,864
インターネット接続料	-	-	-	-	-	-	-	-	7,893
(参考)平成14年インターネット接続料を含む情報通信サービスへの年間支出									140,757

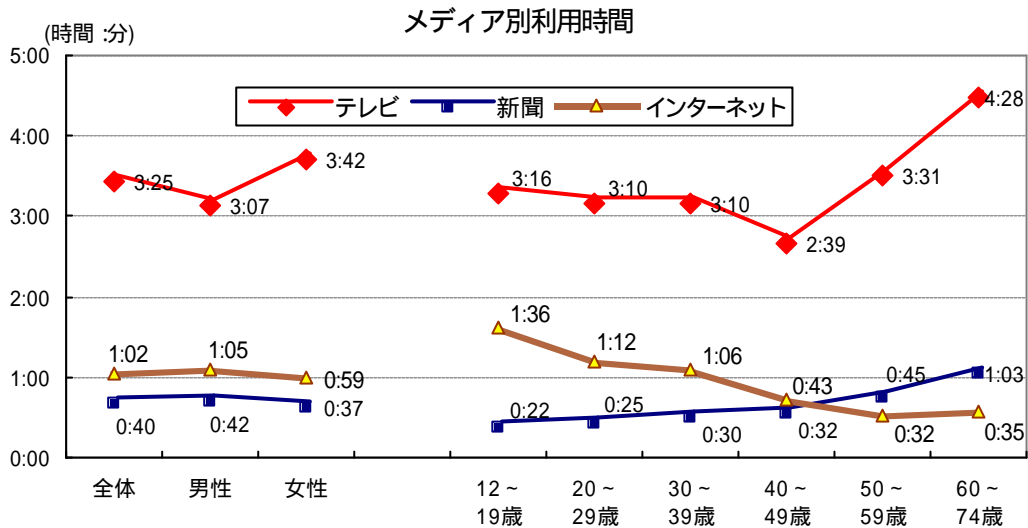
出典 総務省「家計調査年報」(二人以上の世帯(農林漁家世帯を除く))

メディア利用時間は、圧倒的にテレビの視聴時間が多い。ただし、対前年比では、テレビが2.5%減少しているのに対し、インターネットは73.5%増加。



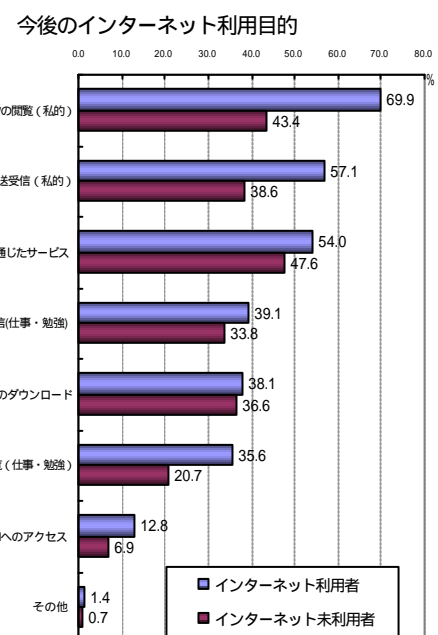
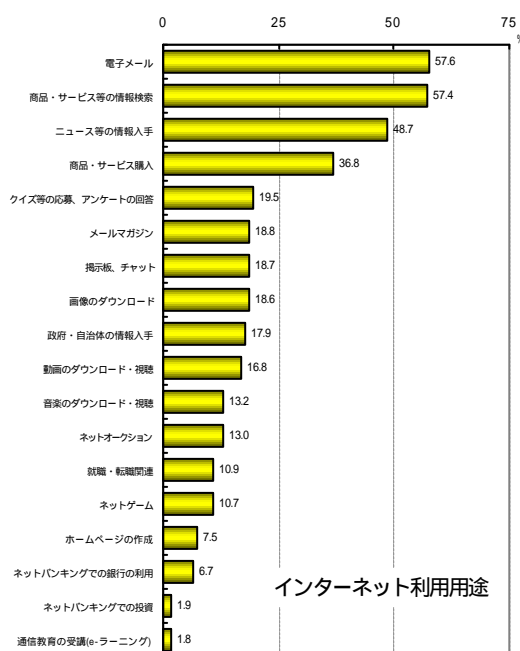
出典 独立行政法人通信総合研究所「インターネットの利用動向に関する実態調査報告書」

各メディアの性別利用時間では、女性はテレビを、男性はインターネットと新聞をより長い時間利用。また、世代別では、テレビと新聞の利用時間は高齢層の方が長くなる傾向にあるが、インターネットの利用時間は若年層の方が長い。また 50 歳未満では新聞よりもインターネット利用時間の方が長い。



出典 独立行政法人通信総合研究所「インターネットの利用動向に関する実態調査報告書」

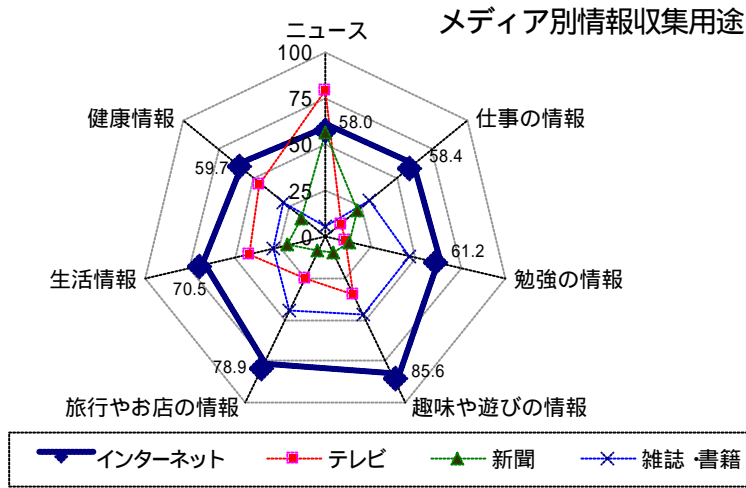
インターネット利用用途として、「電子メール」、「情報検索」(商品、サービス、ニュース等)、「商品、サービス購入」が他を大きくリード。また、今後のインターネット利用目的として、ネットショッピングや各種予約等の利用意向として「インターネットを通じたサービス」が、特にインターネット未利用者において高くなっている。



出典 総務省 平成 16 年版 情報通信白書」



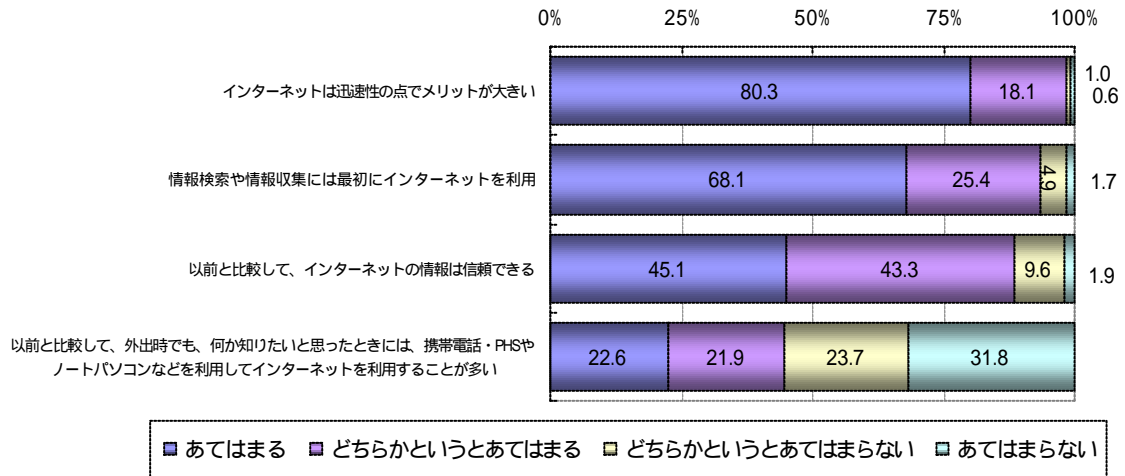
情報収集にはインターネットが幅広く利用されている。特に、娯楽の分野（旅行(79%)、趣味(86%)等）では、他のメディアを圧倒。



出典 総務省 平成 16 年版 情報通信白書」

インターネットの最大のメリットは迅速性（98%）。ただし、一部には信頼性への心配も存在（11.5%）。

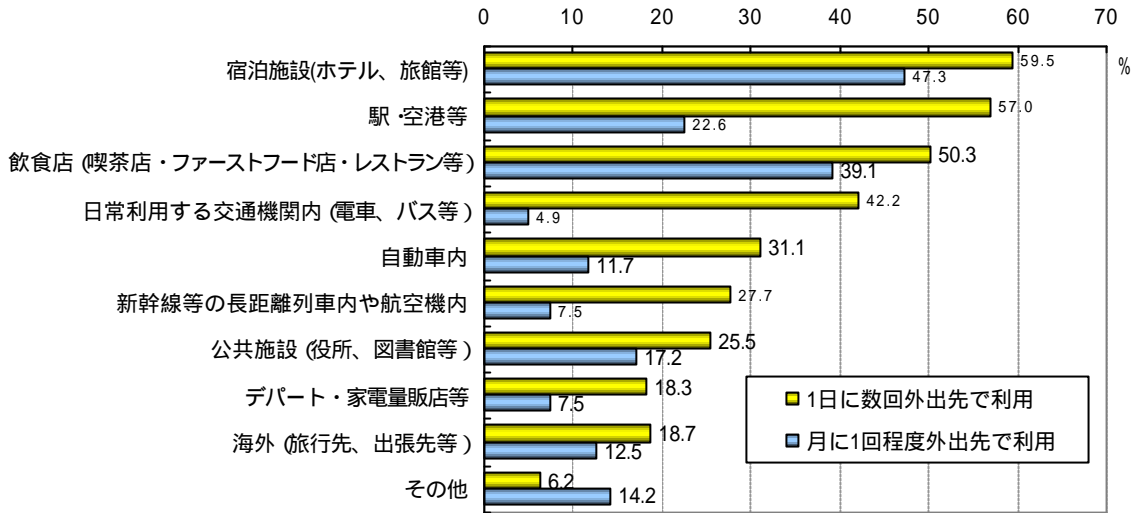
### インターネット情報の考え方



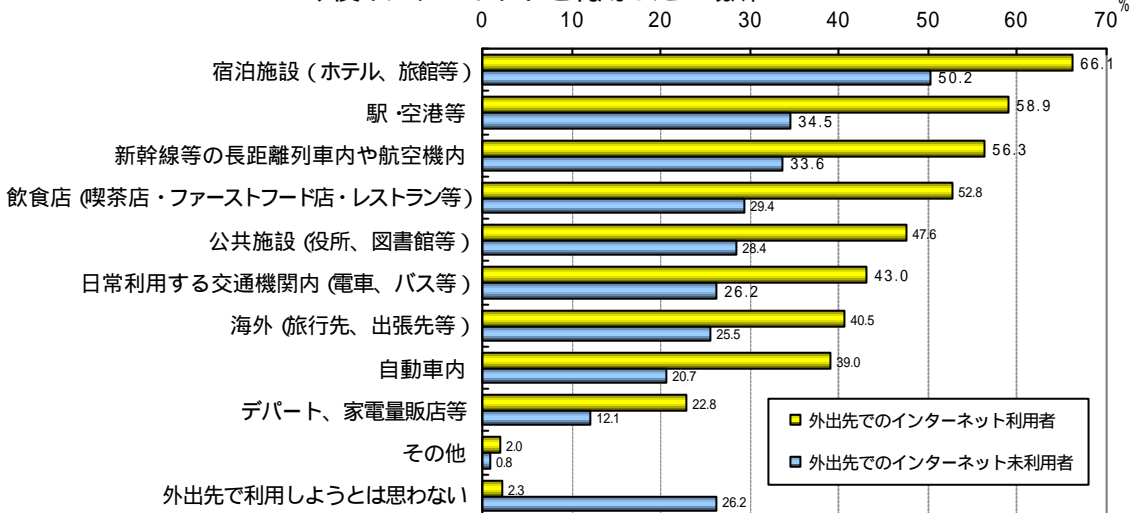
出典 総務省 平成 16 年版 情報通信白書」

外出先で既に利用されている方も、今後利用したい方も、利用場所の上位は、宿泊施設、交通機関等。

### 外出先でのインターネット利用場所



### 今後インターネットを利用したい場所



出典 総務省 平成16年版 情報通信白書」