

# ●訪日観光客の滞在エリアに応じた観光情報・緊急情報の提供一元化に関する実証事業 概要書

## 「災害情報対応！自動ガイドプラットフォーム」

外国人旅行者を対象に、平常時は観光スポットを訪れた際に多言語対応ガイドとして機能。また災害時は滞在エリアに応じて緊急速報に切り替わり、避難情報等を多言語で一元化して提供できる機能媒体を紹介。



利用者の居場所(位置情報)に応じ、必要な情報をパッショナル型で提供できる機能媒体の必要性があると考えられ、その一例として「災害情報対応！自動ガイドプラットフォーム」を活用した“情報の一元化”が必要であると仮定。個人向けにはスマートフォン、施設向けにはデジタルサイネージでの実証を行い、その結果の検証等を行った。

### 【実証により見えてきた課題】

- ①ガイド不足…外国人旅行者に対するガイドが極めて少ないと、旅行での満足感が少ない
- ②安全への不安…“東日本大震災による甚大な被害があった場所”、という印象が残るため、旅行先として敬遠されている
- ③ツアー商品数の少なさ…東北地域を対象としたツアー商品の数が少ないため、東北の情報に触れる機会がなかった
- ④情報案内表示の不足…複合施設内では、外国人旅行者が自分のいる場所を基準とできるような、店舗の場所やトイレの位置がわかる案内板と、例えば目標となる、仙台駅から施設までの位置を示すような案内板が必要
- ⑤商品説明の不足…地域の特産物や料理、工芸品等についての多言語による説明がないため購入しづらい
- ⑥体験案内情報の不足…温泉施設の入浴手続きや入浴ルールについての分かりやすい説明が必要
- ⑦近隣情報の不足…施設の近隣の情報を提供し、地域の楽しみ方を増やす方策が求められる

### 【課題整理および対策検討から見えてくる今後の方向性検討のポイント】

- インターネットを利用したWEBサイトサービスが外国人旅行者に対して有効。また情報取得の際の利用環境(情報提供環境)としてはスマートフォンが最もふさわしい機器と考えられる。
- 旅行者への情報伝達のタイミングは“旅マエ”、“旅ナカ”、“旅アト”でも内容等も違ってくるが、今回の実証事業と同じ“旅ナカ”で考えると、訪問先における細かな情報収集/提供が地域の魅力を強く伝えられるという意見も多い。
- デジタルサイネージもスマートフォンも、音を鳴らして(発して)の情報提供が注目を引き、かつ伝達するのに確実性が高い。これは、平常時でも災害時でも同様との意見が多数あった。
- 情報の丁寧さ(細やかさ)も重要であるとの意見が多く、興味があっても内容がわからないのでは、購買意欲も体験意欲もわからないとの指摘もされている。

外国人旅行者へ情報を提供する際は、丁寧で詳細な情報提供が必要であり、災害発生時の情報伝達には、一目でわかるようなイラストや、身近な(簡単/手短な)メッセージが理解されやすい。災害時に必要な情報は“受診できる病院情報”、“大使館領事館情報”、“外国人の相談対応窓口情報”との意見が多くあった。これらの情報取得手段として“safety tips”を紹介したが、災害時の情報サービスということであり興味を示されなかった。サービスの表示内容が全国に対応した内容であるため、地元向けの情報が欲しいとの意見が圧倒的に多かった。

### 【次年度の事業推進の方向性・展望】

- ・提供する情報については、旅ナカでの地域情報としては、わかりやすく丁寧な情報掲載が行動促進につながりやすいと言える。その反面、緊急時では、簡単なメッセージとイラストが有効であり、また“音”によって注意を惹くことで、特に状況が刻々と変化する災害時には必要な機能といえる。
- ・外国人旅行者が知りたい情報は「自分の現在位置がわかること」。施設案内版や買い物での商品紹介カードにQRコードを付与し、それを実際にスマートフォン等で読み込んでもらうことで、当該言語に対応した説明文を表示させることができると、Google翻訳の利用案内を行なうことも有効である。
- ・地域内の各施設にデジタルサイネージまたはそれに相当するディスプレイ等を設置。インターネット連動させることで災害等の緊急時においても、地域として情報の伝達が可能となり、また避難行動も同一のタイミングで開始できるようになるため、当該外国人の国籍を問わず情報伝達および避難対応の精度を向上させることができる。
- ・今後も外国人旅行者にとって安心してレジャーを楽しみ、その地域を回遊できる仕組みづくりについて検討・推進していきたい。