

特集 「観光情報学」

観光情報学の体系と共通問題の提案

Organization of Tourism Informatics and Proposal of Common Problems

松原 仁
Hitoshi Matsubara
公立はこだて未来大学
Future University Hakodate.
matsubar@fun.ac.jp

Keywords: inbound, SNS, serviceology, LOD.

1. はじめに

観光にまつわる学会はさまざまなものが存在するが、それらの多くは経済学、経営学、社会学、地理学などを踏まえたものであった。もちろんそれらの観点も観光にとって重要であるが、従来は着目されることが少なかった情報という観点が観光において本質的である。そのような考え方にに基づき 2003 年に観光情報学会が設立された。

観光情報学が対象とする観光はきわめて個別的な事象である。すなわち、その地域の特殊性に依存する部分が非常に大きい。逆の言い方をすれば、特殊性を有するからこそ、その地域は観光の対象になっている。これまで観光情報学のさまざまな研究がなされてきたが、それぞれが有する特殊性のために学問としての体系化が難しい。

観光情報学がある地域で具体的な成果を上げるためには個別の事象に対応しないといけない。しかし、それだけに留まっているとその成果を他の地域に移すことができない。ある程度抽象化した一般的な議論を行うことが観光情報学の成熟度を高めるために必要である。

ここではそのような意識に基づき、まず最近観光情報学会でまとめた研究領域を整理する。次に、著者が観光情報学の共通問題の候補になると考えるものを列挙する。

2. 観光情報学の研究領域

観光情報学はまだ歴史の短い学問分野で確固とした体系は存在しない。学会を設立して 10 年を経過した時点でそれまでの主な研究を「観光情報学入門」[観光情報学会 15] という本としてまとめて体系化を試みた。ここではこの本で紹介された観光情報学の研究領域を著者の言葉で(順不同で)取り上げる。

- 観光行動調査
- 観光情報収集
- 観光情報提供
- 観光における VR (Virtual Reality) と AR (Augmented Reality)

- 観光における位置情報
- 観光と風評被害
- 観光と SNS (Social Network Service)
- 観光とデジタルアーカイブ
- 観光とデザイン
- 観光計画生成
- 観光とサービス学
- 観光とマーケティング
- 観光とレコメンデーション
- 外国人観光客対応
- 観光と価値共創
- 観光とゲーミフィケーション

3. 共通問題候補の提案

ここでは観光情報学の共通問題の候補をあげてそれぞれを簡単に説明する。

(1) 入り込み数に代わる指標はあり得るか？

観光の指標としてその地域に観光客がどれくらい訪れたのかという入り込み数が標準になっている。しかし入り込み数には、

- 地域によって計算の方式が異なる
- 一般に計算方式が公開されていない

などの問題が指摘されている。そのために他の地域と比較できない、同じ地域でも状況が変わると以前と比較できない、その値がどれくらい妥当なのか検証できない、などの問題がある。観光庁は入り込み数の基準を作成してそれを使うように呼びかけているが、都道府県レベルに留まっている(採用していない都道府県も存在する)。もっと狭い地域レベルではどうすればよいのかを考えなくてはならない。さらにいえば、本来知りたいのは観光の経済効果のはずなので、入り込み数に代わる良い指標はないかなどを検討すべきである。

(2) 新しい名称はどのように決めるのか？

観光に係る新しい施設、例えば新幹線延伸で新駅ができるときに地域にとって望ましい名称をどのように決めるのかは重要な問題である。地域エゴのぶつかり合

いになって結果的に政治的な妥協の産物で望ましくない名称がついてしまうことが少なくない（最近できた「新函館北斗」という名称が妥協の典型的な例である。もともと「函館北斗」という駅が存在していればそれに「新」を付ける意味はあるが、そのような駅は存在しない）。観光客からの見方が全く欠如しているのである。こういうことがないような観光客からの見方に基づく名付け方法の確立が望まれる。

(3) 外国人観光客の対応は日本人に任せられるのか？

観光庁は現在年間約2000万人の外国人観光客を2020年には4000万人に増やすという目標を立てている（以前は2000万人が目標であったが、最近のブームですでに達成されたので目標数を倍増した）。日本人の観光客の大幅な増加は望めないで外国人観光客をターゲットとすること自体は妥当であるものの、その対応が日本人のいわゆる「おもてなし」の心「だけ」でできるかは大いに疑問である。残念ながら日本人は外国語が相対的に苦手であり、外国人の相手をするのも不得手である。通訳が付いた団体旅行であればお金を落としてくれるのでうれしいが、個人旅行は面倒なので勘弁してほしいというのが本音であろう。情報技術をうまく使って対応する仕組みをつくるのが外国人観光客を増やすためには必須である。

(4) 観光の共通用語は誰がどう整理すればよいのか？

観光の用語は地域固有の用語が多いものの、観光に共通の用語もかなりの数存在する。それらの共通用語のデータベースを作成しておけばとても便利である（例えば、外国語への翻訳に使える）。いわば観光オントロジーである。しかし、それを誰が整理するかが問題である。直接の利益は期待できないので、民間では手をつけにくい。学会など全国的な公的組織の対応が期待される。

(5) 「聖地巡礼」観光の一般的な特徴は何か？

小説、映画、漫画、アニメなどの舞台となった場所を訪ねる観光を「聖地巡礼」観光と呼ぶ。最近では若者を中心にこの観光が盛んになっている。地域にとっても聖地を貴重な観光資源とする動きが進められつつある。聖地巡礼はその元になったコンテンツに依存しているので特殊性が強いが、共通する一般的な特徴を抽出することができれば、それを観光に生かせる。

(6) 宿泊施設が予約できずに当日は空室がある状況をどう解消するか

最近では宿泊施設の予約をインターネットで行うことが多い。飛行機のインターネット予約は事前に支払いを済ませないとキャンセルになってしまうが、宿泊施設は直前までキャンセル料が発生しないのが普通である。そのために観光のスケジュールが確定する前に宿泊施設のインターネット予約を多めに行う観光客が多くなっている。出遅れた人は宿泊施設の予約が一杯になってしまっただけで観光を断念せざるを得ない。予約をした人がみんな泊まってくれれば宿泊施設としては問題ないが、観光客側

は直前に実際に泊まる宿泊施設の予約をキャンセルするので、当日は空室が多く発生してしまう。観光の機会を失った存在的な観光客も不幸で、なおかつ空室が出てしまう宿泊施設も不幸である。この両者が不幸になっている状況をどう解消するか（お互いにとって幸せなシステムをどう構築するか）が重要な課題である。

(7) 観光のLOD (Linked Open Data) はどう整理するか？

公的な情報をコンピュータで処理しやすい一定のフォーマットで記述して公開するLODの動きが進んでいる。観光はLOD化にふさわしい情報であり、さまざまな所で試みが進んでいる。フォーマットができるだけ共通であることが望ましい。これも公的機関でなければ対応が難しいので、学会の出番といえる。

(8) 公共交通システムをどう使いやすくすればよいのか？ (どう存続させればよいのか？)

どの地方都市でも公共交通システムが疲弊して存続が難しくなりつつある。観光の面からも個人観光客は今後自動車から公共交通の利用にシフトしていくと思われるので、公共交通システムを存続させるための仕組みを整えることが重要である。補助金頼りではなく自律的に回る仕組みでなければならない。

(9) 共同の作業はどのようにすればうまく進むのか？

日本で一般にいえることであるが、国の複数の省庁がからんだり複数の自治体がからんだりした作業は縄張り意識が邪魔をしてうまく進まない。観光もそうである。例えば、広域観光は複数の自治体に関わるのでほとんど施策はうまくいっていない。全体が縮小傾向にある今は限られたパイを取り合っている場合ではない。いかに共同の作業をうまく進めてパイを大きくできるかが重要である。

(10) 日本で無償の無線LANを普及させるにはどうすればよいのか？

日本の中規模以下の都市の無償の無線LANの普及率は非常に低い。外国人観光客はインターネットとつながることを非常に重視するので、彼らを満足させられていないことになる。下手な観光の施策をするぐらいであれば、無線LANを無償で張り巡らせるほうがよほど効果的である。それができないのはどこが費用を負担するかという問題が大きいと思われる。そのような問題を解決して普及させる方法を考えることが重要である。

(11) 風評被害はどのように扱えばよいのか？

風評被害とは風評によって受ける経済的な被害のことであるが、観光ではある地域で災害が起きたときにその災害が実際より大きいという風評によって観光客が減ることや、実際には災害がなかった、あるいは小さかった近隣地域も大きな災害があったという風評によって観光客が減ることを指している。これが起きてしまったときの正しい情報の適切な発信の方法の確立が重要である。

(12) 日本の宿の格付けはどうすればよいのか？

外国ではホテルの信用できる格付けが存在して観光客はそれを参考にホテルを選んでいる。しかし、日本ではなかなかそのような格付けが定着しない。それはなぜなのか？ 定着させるには何が必要なのか？ これらを考える必要がある。

(13) 観光情報の質をどう担保するか？

インターネット、本、雑誌などにさまざまな観光情報が大量に掲載されている。それらの情報には正確なものとは正確なものが混在しており、さらには悪質なデマなども含まれている。誤った情報に基づいて観光をすると満足する結果が得られずに、観光客にとっても観光地にとっても不幸なことになる。観光客が適切にテラシーをもって判断することが期待されるが、観光情報の質を担保する仕組みができることが望ましい。

(14) 人間はなぜ観光するのか？

動物の中で生存のため（食料を確保するため、子孫を残すため、など）以外の目的で移動するのは人間だけといわれている。それでは人間はなぜ観光するのであるのか？ 非日常性を求めてという説明がされるが、そうであればなぜ非日常性を求めるのであるのか？ 観光の原点に関わる重要な問題である。

3. おわりに

観光情報学の今後の発展のためには適切な共通の問題を設定してみんなでその解決を目指すということが重要と考える。ヒルベルトが1900年に数学の共通問題を23

個あげた[ヒルベルト 69]ことによって、その後の数学が大きな発展を遂げたことはよく知られている。ここであげたのは、まだ観光情報学の全体を網羅していないと思われるので、適宜追加修正していきたい。この試みが観光情報学の体系化につながればうれしい。

謝辞

「観光情報学入門」の本の出版に関わった方々に深く感謝する。

◇ 参考文献 ◇

- [ヒルベルト 69] ヒルベルト 著, 一松 信 訳: ヒルベルト数学の問題, 共立出版 (1969)
[観光情報学会 15] 観光情報学会 編集: 観光情報学入門, 近代科学社 (2015)

2016年9月20日 受理

—— 著者紹介 ——



松原 仁 (正会員)

1986年東京大学大学院工学系研究科情報工学専攻博士課程修了。工学博士。同年、通産省工業技術院電子技術総合研究所(現産業技術総合研究所)入所。2000年公立はこだて未来大学教授。2016年同副理事長。ゲーム情報学、観光情報学などに興味をもつ。著書(分担書を含む)に「鉄腕アトムは実現できるか」(河出書房新社, 1999)、「観光情報学入門」(近代科学社, 2015)、「人工知能とは」(近代科学社, 2016)など。本学会前会長、観光情報学会前会長。