

「北海道におけるICTを活用した観光情報等提供モデルの調査検討会」 報告書骨子(案)について

1 北海道観光とデジタルサイネージ等 I C T 利活用の現状

1.1. 北海道観光の現状

北海道観光振興機構の資料を踏まえ、道内観光の特徴（家族旅行、個人旅行の増加、インターネット、携帯の活用で効率的旅行（日程の短縮）、車移動、アジア客の増加・・・）を記述。

1.2. 観光のデジタルサイネージ等 I C T 利活用の現状

J R 札幌駅構内、ホテルなどのデジタルサイネージ利用の実態（映像の表示のみが中心で、空間演出的な効果はあるものの、広告効果は・・・）を記述。

2. デジタルサイネージの特徴を生かした情報提供システム

2.1. 既存の広告媒体（チラシ、テレビ C F、W e b）とデジタルサイネージの違い

エコ、随時書き換え可能な迅速性、比較的廉価、比較的大画面によるプッシュ型の効果、双方向性による属性把握（マーケティング情報のスピーディ入手）、公共情報とのワンストップ広告の効果（信頼情報としての認知）・・・などを記述。

2.2. 官、公共から見た広告媒体の活用メリット

民間観光情報、ニュース等とワンストップ情報表示することによる視聴効果、比較的廉価、エコな公共情報発信ツールとしての評価などを記述。

3. 簡便型デジタルサイネージ、観光情報等提供モデルの提案

3.1. 簡便型デジタルサイネージの提案

個人や小規模事業者が、携帯電話や P C の電子メール機能等を活用することで、比較的廉価に小口広告を利用できるデジタルサイネージ。随時書き換え可能で、チラシと比べると廉価、エコ、さらに、双方向（マーケティング情報の入手）で効果的な営業が可能。また、公共情報、ニュース、天気とセットで企業イメージも向上することなどを記述。

3.2. 簡便型デジタルサイネージによる観光情報等提供モデルの提案

小口広告と合わせて、ニュース、地域の安心安全情報や行政のお知らせ情報を提供するワンストップ広告公告の効果、官民共用による費用効果、道内道外旅行客、市民への安心安全有益情報提供モデルのメリットを記述。

4. 実証実験の結果

4.1. 簡便型デジタルサイネージの基本形で機能検証

4.2. 前提条件とねらいと効果測定

設置可能な場所、設置期間、機材の種類

札幌市の好意により、北海道さっぽろ観光案内所内の一角に、それぞれ 2 月・・・の期間に設置。

機材は、タッチパネル式と通常の表示装置（それぞれ縦型 4 2 インチ以上）を調達（レンタル）、設置。

4.3. 実証実験の実施体制、実施方法

座長の指示のもと、WGを設置（主査は・・・）し、使用機材、場所の制約のなかで、最大効果を得るための表示方法、広告の形態、広告主の募集、効果測定方法を検討。

4.3.1. 表示方法

ワンストップ広告媒体、小口広告の表示を考慮し、3分割・・・、小口広告の表示できる件数、表示時間は・・・に設定した。

4.3.2. 広告主

今回は実証実験であるため、営業や公募ということではなく、WGの紹介者の理解と協力で〇〇社の参加の下で実施。

4.3.3. 効果測定

北海道さっぽろ観光案内所設置のものについて、本検討会事務局及びワーキングメンバーの協力者による説明、誘導を行い、利用者の属性（年代、性別）、関心事項などを聴取、記録。

今回はデジタルサイネージそのものの認知度向上をねらいとしたので、観光振興協会等の団体に対する現地説明会を〇回開催し、実証実験モデルと実用モデルの可能性等を説明し、実証実験モデル、想定される実用モデル、利活用コストなどについて意見を聴取した。

4.4. 実証実験の実施結果と分析、評価

表示方法、広告件数、表示時間、クーポン発券方法、設置場所、利用者数、利用者の関心事項、個人や小規模事業者の利活用コストへの感触、意見等を踏まえて、実用の可能性、地域活性化への効果等を分析、評価。

5. ビジネスモデル（実用モデル）の提案

5.1. 利用者の意見、システム提案者の意見を踏まえた実用モデルの提案

5.2. 北海道発簡便型デジタルサイネージ・観光情報等提供モデルの仕様

以上