

# 目 次

## はじめに

1	北海道観光とデジタルサイネージ等 ICT 利活用の現状	1
1.1	北海道観光の現状	1
1.2	観光分野におけるデジタルサイネージ等 ICT 利活用の現状	4
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	5
2.1	デジタルサイネージの定義	5
2.2	広告・広報媒体としてデジタルサイネージが注目されている理由	5
2.3	官・公共から見た広告媒体（デジタルサイネージ）の活用メリット	5
2.4	広告・広報媒体としてのデジタルサイネージの特徴	5
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	7
3.1	デジタルサイネージによる観光情報等提供モデルの必要性和価値	7
3.2	簡便型デジタルサイネージの必要性	7
3.3	簡便型デジタルサイネージの提案	7
4	実証実験の計画	8
4.1	実証実験の目的	8
4.2	実証実験の実施体制、実施方法の企画	8
5	実証実験の実施	10
5.1	設置場所と期間	10
5.2	使用したシステム	11
5.3	画面と機能	13
6	実証実験の結果	18
6.1	利用者のアンケート調査結果	18
6.2	広告・情報提供者のアンケート調査結果	44
6.3	利用結果	47
6.4	システム運営と障害	50
7	実験で得られた事項	51
7.1	デジタルサイネージの認知度	51
7.2	コンテンツ	51
7.3	画面	52
7.4	双方向性機能	52
7.5	クーポン	52
7.6	地図	53
7.7	印刷機能	53
7.8	音声の使用	53
7.9	外国人観光客	53
7.10	デジタルサイネージとインターネット端末	53
7.11	デジタルサイネージの設置場所の考察	53
7.12	デジタルサイネージと公共情報	54
7.13	実験実施者の考察	54

8	実用モデルの提案	56
8.1	実用モデルと実証実験の違い	56
8.2	想定するモデル	56
8.3	考察	58
9	まとめ	59
9.1	「認知度」	59
9.2	「利便性」	59
9.3	「簡便型」	59
9.4	「官民協同」	59
9.5	「簡便型観光情報等提供モデル」の実現可能性	60
9.6	デジタルサイネージビジネスの普及拡大に向けて	60
	おわりに	60

## 【参考資料】

参考1	「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」開催要綱	61
参考2	「デジタルサイネージ利活用検討ワーキンググループ」構成員	63
参考3	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及びワーキンググループ開催状況	64
参考4	報道資料（平成21年10月20日発表：「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」を開催）	66
参考5	報道資料（平成22年1月18日発表：簡便型デジタルサイネージの実証実験を実施）	69
参考6	テレビ、新聞による報道等	71
参考7	広告掲載確認書	78
参考8	アンケート用紙（利用者用）	80
参考9	アンケート用紙（広告情報提供者用）	82
参考10	北海道観光の現状に関する図表	87