

モバイル観光と総合生活移動情報産業への期待

第一章 情報社会における観光情報の意味

観光情報は価値判断を伴う高度な情報に所属する。このことはカーナビ情報の発達過程を調査すればすぐわかることである。カーナビに搭載される情報は地図、経路、交通情報とニーズが高まり、ゆきつくところ観光情報が最終段階のものとして搭載されるようになった。観光情報は、地図等の単純な位置情報、数値情報等にとどまらず、好みの異なる多くの利用者のニーズにこたえられるものでなくてはならず、しかもその評価まで要求されることがあるから、搭載するにあたって判断を迫られるものである。数値のみで表現できるものではなく言葉を必要とする。言葉のもつ価値判断からできるだけ客観的であろうとして映像表現を多用（いずれ三次元映像）するにしても限界がある。アナログ情報としての観光情報が、言論の自由、表現の自由といった基本的人権のもと、多彩な民間メディアで提供されているのに対して、デジタル観光情報は、民間市場ベースでは費用回収装置が備わっておらず、個人の趣味の延長的なものに留まっている。（社）日本観光協会の全国旅SODANに代表されるように、観光情報は公的主体からの無料サービスが主体となっているところから、まだ発展途上の段階にあるといえる。

インターネットのポータルサイト等においても、観光情報は天気予報、占いと並べて取り扱われているが、あくまでも品揃えとしてのものであり、他の情報とあわせて提供されている状況である。観光旅行の移動手段の60%以上は自動車利用であり、観光情報に対するニーズが飛躍的に増大したのは、カーナビの発達にあるといわれる。国内には約900万台のカーナビが存在し、2002年には250万台以上のカーナビが発売されている。カーナビは毎年10%以上の成長市場である。観光情報システムの普及にはカーナビの発達が大きく寄与した。しかしながら観光情報に対するニーズは単なる旅行情報に留まるのではなく、車に乗る前から始まり、車を降りてからも求められるものである。都市観光、エコツーリズム等自動車を離れて求められる観光情報に対する需要に対応するには最終的には「マンナビ」の実用化が必須である。

マンナビが普及すれば人の移動を総合的に囲い込む新しい旅行業ともいえる総合移動情報産業の成立が可能となる。マンナビの普及は、見知らぬ諸外国で家を探すよりもはるかにわかりづらいとされていたわが国の住居表示システムを、補完するであろう。ITの発達により、アルファベット入力に比べ漢字入力が不利とならなくなったようにである。

観光情報について、公的データベースとしてはどこまで掲載するかという課題がある。地域では評判のお店一つ一つが観光資源である。（社）日本観光協会の「全国旅SODAN」（<http://www.nihon-kankou.or.jp/nkks/index.html>）は一応全国自治体及び観光協会が項目選択をしているということでおさまっている。A町のB旅館が掲載されていて、C市のDホテルが掲載されていないということに対しては、それぞれの地域の選択によるということに対応できる体制がとられている。次に観光情報がより身近になればなるほど、その

観光資源の評価を求めるようになる。定量的な評価が困難であり、今のところ NPO 的組織に期待するしかないであろう。文字のみに頼った情報では限界があるところから、ブロードバンド化にあわせて、利用者が自ら判断できるようにと映像情報の提供にも力を入れ始めた。(社)日本観光協会では(株)情報センター藤原の協力を得てハイビジョン動画対応の試みとして Real Japan (<http://realjapan.jp/index.html>) のサイトも作成しているところであり、今後の廉価な対応機種の販売が期待される状態である。また、同協会が事務局を努める旅フェアのホームページ (<http://www.tabifair.com/>) ではジャパンライブのコーナーをもうけ、北海道や富士山等のライブ映像を提供している。(社)日本観光協会が 50 年以上続けている観光ポスターコンクールでは、初めて二次元コードを取り入れた作品を 2003 年に 21 世紀 IT 賞として特別表彰した。高解像度デジカメにより自動的に URL を読み取れるようになれば、観光ポスターも大きく変化するかもしれない。

究極の観光情報はリアル情報と区別がつかないバーチャル情報である。リアル情報と区別がつかないバーチャル情報は観光地に行かなくても行った気にさせてくれるから、既存の観光産業には大打撃である。今のところそんな心配は必要ないであろう。

第二章 (社)日本観光協会の観光情報システム

1. 全国観光情報ファイルの作成

(社)日本観光協会は都道府県、市町村の観光行政当局及び全国各観光地の観光協会、観光連盟並びに鉄道会社、航空会社、旅行会社、ホテル、旅館等の観光事業者をメンバーとする社団法人であり、会員は現在約 830 会員である。

自らの嗜好や目的に応じて主体的に観光地等に関する情報を収集し、旅行をしたいという国民の要請の高まりに応え、広範かつ詳細な観光情報を国民に提供するため、旧運輸省(現国土交通省)では 1973 年に「観光情報システムの基本的な考え方」を取りまとめ、1974 年観光情報システム開発推進委員会を設置し、観光情報収集提供システム及び公的宿泊施設予約システムの 2 つを柱とする観光情報システムの基本仕様作成のための検討を進める一方、システム開発のための基礎調査として観光資源施設分布状況調査及び情報収集ルート実態調査を実施した。(社)日本観光協会では前者のシステムについて運営主体として情報収集提供体制の整備を図ることとし、1976 年 11 月 1 日中央観光情報センターとして国鉄新宿駅構内に開設し 1977 年 5 月には全国の観光情報を掲載した「全国観光情報ファイル」全 10 冊を作成した。また、中央観光情報センターを開設するとともに 1976 年、1977 年にわたり地方中心都市 47 か所に地方観光情報センターを開設し、情報提供をはじめた。1980 年 3 月には大阪に近畿観光情報センターも開設し、地方中心都市 47 か所の地方観光情報センターを結ぶ情報提供ネットワークを整えた。

(社)日本観光協会は全国の観光情報を掲載した「全国観光情報ファイル」(写真 1)及び「テーマ別観光情報ファイル」を刊行し、これに基づいて観光情報提供を行ってきたが、1980 年度には、関東地方(1 都 7 県)の主要な観光地について、交通手段やモデルコース等を掲載した「観光交通地図」を作成した。1984 年度より情報処理の電算化に着手し、動態観光情報システムのあり方を検討するための基礎資料を得ることを目的として、1983 年夏の海水浴、同年冬のスキー・スケートについて観光情報システム(波の高さや積雪量など

日々変化する情報を電話により回答する業務方式)を試験的に実施するとともに、システムの効果等を把握するための調査を実施した。さらに1984年夏においては、海水浴情報のほかに登山情報及び観光レクリエーション情報を加えるなど提供情報の内容を拡充して同システムを運用実施した。これらの各サービスの結果を踏まえ、1985年においては情報ファイルの電算化を進めた。またこれまで要望の強かった宿泊関係の予約に関する情報も併せて提供するなど、きめの細かいサービスの提供も図った。

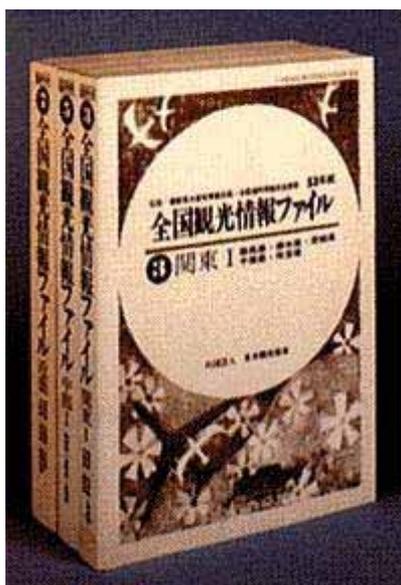


写真1 全国観光情報ファイル

1992年(社)日本観光協会では、電算化された「全国観光情報ファイル」の情報の更新を行うとともに、「全国観光情報ファイル(ジャンル編)」及び「テーマ別観光情報ファイル(テーマ:まちのシンボルゾーン)」の編纂発行を行うこととした。さらに動態観光情報のテレホンサービスを実施した。

データベース更新業務にあたっては、北海道、東北、信越、北陸、東海及び九州は全データを、関東、富士箱根伊豆、近畿、中国、四国はインフォメーションデータについて、データベースから出力し、最新情報の収集と情報内容の更新を行った。観光情報収集提供事業のデータベースの構築は、審査原稿を都道府県観光協会(連盟)を通じ、関係市町村に審査を依頼し、データベース更新業務及び「観光情報データベース」を作成した。地域別に情報内容の更新を行うとともに新規情報の収集を行ったことにより、全国の観光情報内容の深度化が図れた。また、CD-ROMによるファイルの編集をすることにより、検索機能にすぐれ、利用者の要望等が充分生かされた「全国観光情報データベース」が作成され、各情報がより正確かつ詳細に収集提供されることとなった。これらの全国唯一の観光に関する情報及びその収集システムが現在の全国旅SODANの礎となった。

2. 全国旅SODANと観光GIS利用促進協議会

(社)日本観光協会では、観光に関する約16万件にのぼる日本最大級のデータベース(資

料編1：表「日本観光協会保有観光情報について」)である全国旅SODANを運営している。「全国観光情報ファイル」を元に発達を遂げていることから、全国の観光協会の協力により支えられているとはいうものの、現状においても最大の課題はメンテナンスにある。本サービスでは、全国都道府県、市区町村から定期的に収集した観光情報を基に観光情報データベースを作成しており、結果として収集時の情報の内容と利用時の実体に食い違いが生じる場合があり、免責条項を表示しているものの^(注1)、交通会社やポータルサイト等に有料で情報提供しているところから、最終利用者からのクレームには敏感にならざるを得ず、特に動態情報については、(社)日本観光協会の地域への電話による確認等まさに労力の塊であり(資料編2：表「全国旅SODAN作業(1)」、資料編3：表「全国旅SODAN作業(2)」)、財政的にも会員の支援に支えられているのが現状である。

パソコン、カーナビ等の普及とともに観光情報の利用依頼が多くなり、現在では旅行会社、航空会社、鉄道会社、自動車メーカー、地図会社、通信・システム会社、プロバイダー等約20社にデータベースの全部、一部の提供を有料で行っており、全国自治体からの財政負担の軽減に寄与しているものの、情報提供料金でシステム全体を維持するにはまだまだ課題山積という状況である。

(社)日本観光協会では観光情報についてデジタル地図との連携を行うことにより、より効果的な情報発信が可能となることから、1999年に民間企業等に参画を募り、都道府県等をオブザーバーとして観光GIS利用促進協議会^(注2)を設立した。同協議会では、地域観光情報を効果的に流通させるため317の観光エリアの設定等を含め観光情報標準化フォーマット(資料編4：表「観光GIS標準format」)を策定するとともに、地域観光情報の収集、蓄積、提供の促進を図るため観光情報分野におけるXML仕様の策定を行った。更にXMLデータを提供する場合に、効率的な情報流通が行われるためJTI(Japan Tourism Information)コードを策定した。XML策定後は、北海道地域をモデル地域として、カーナビ、携帯電話、PDA、Lモード、WEBとマルチチャンネルで観光情報を配信するシステムを構築し、その効果等を検証した。都道府県等への周知のためCDRに収録した仕様を送付するとともに、WEBサイトで無料公開している。協議会会員への観光情報データ提供時にもXML仕様のデータを提示している。XMLデータをそのまま取り込んでいる会員もあるが、現状ではHTML形式の方が利用しやすいとの意見が強い。宮城県、長野県、大阪府は日本観光協会と共同で情報更新(XML仕様に類似したもの)を行っており、JTIコードと併せて共同更新を行っており有用性が出ている。また、富山、神奈川、静岡県等が当協会のXML仕様を踏まえてデータベースの構築を検討、予定している。今後、各都道府県が新たに構築する際には、この仕様を踏襲することが期待される。XMLコンソーシアム^(注3)がXMLの普及のために、日本観光協会の約16万件の実データを利用した仮想的なWebサービス観光情報集配信モデルを構築した。情報の収集から配信までを一元的に統合管理する実用に即した新しいモデルを実現し、2003年5月にその検証実験に成功した(資料2「XMLコンソーシアム実験」)。実用化されればその利用価値は社会的に大きなものがあり、各地の情報を各地で簡単にアップでき、その情報を瞬時に皆がみることができるようになる。観光の重要性を主張する自治体の責任者が増加している。各首長がそれぞれの地域において観光情報の入力に力を入れるようになればXMLの普及は数段進展するはずである。観光情報の入力問題が解決すればコストダウンがはかられ、BtoB段階

(注2) 観光 GIS 利用促進協議会設立趣意書

【マルチメディア技術やインターネット技術に裏打ちされた近年の高度情報化は、「新たな産業革命」と位置づけられており、21 世紀早々にも、社会のすみずみまでこうした高度情報化の動きが行き渡ると考えられる。特に、近年の携帯電話やカーナビゲーションシステムといった携帯情報端末の普及はめざましいものがあり、人々の情報の入手・利用方法は、従来とは異なる形態へと変化し、情報制約から解放された人々の行動範囲も飛躍的に拡大すると予想される。

他方、電子地図を媒介として位置や場所に関わるさまざまな情報をコンピューター上で統合的に表示する地理情報システム (GIS) の開発が各方面で進められており、その実用化は、我が国の産業社会に多大な影響を与えるものとして大きな期待を受けているものである。

この高度情報化の流れの中で、我が国の生活・文化、自然・環境といったさまざまな分野と関わりを持ち、人々がそれぞれの目的地を訪問する観光に関連する情報は、とりわけ一般利用者のニーズが高く、GIS の普及と相俟って、各種情報端末における多様な情報提供が望まれている。

国内には 10 万を超える観光資源が存在すると言われており、これらの観光資源に関する情報が電子地図上に表示されるようになれば、その価値も倍増し、人々の余暇活動の形態も大きく変化すると考えられる。

こうした観光 GIS については、携帯情報端末を利用して一部既に取り組まれているところであるが、全国に広がる観光資源に関する情報の電子化が十分でないため、一般に普及するに至っていない。このため、全国の観光情報を標準化した上で誰もが利用できるデータベースの構築が強く望まれるところであり、観光 GIS のもつ業界横断的な特質から、旅行事業関係者のみならず、広範な分野の関係者による相互連携を図るとともに、情報の出し手である観光地側とも協力を図っていく必要がある。

本協議会は、こういった観光情報をめぐる状況に鑑み、観光 GIS 情報の円滑かつ効率的な利用を実現するため、情報交換等を通じて関係者が一体となった連携を図り、GIS を基盤とした新たな観光情報の流通の仕組みに関する提言等を行うことにより、我が国における GIS 利用の早期実現ひいては GIS 全体の普及促進を目的とするものである。】

(注3) XML コンソーシアム：XML 技術のビジネスにおける実用化推進を行う国内唯一の団体とされ、2003 年 3 月 31 日現在会員数 267 社である。セミナー、イベント、標準化推進、各業界団体との連携などの具体的な活動を通じて、様々なコンピュータシステムにおける XML 技術の適用に貢献することを目指している。

第三章 位置情報システムとモバイルツール

1. 位置情報

交通(transportation)は通信(communication)とともに「コミュニケーション」の一部であると考えられていた。人の移動の目的は究極、情報の体感であり、バーチャルモリアルも脳の中の処理段階では本質的には同じだとすると、人の移動の世界では、交通は通信に限りなく近づくことになる。交通と情報通信の関係の伝統的分類は、代替、補完、相乗である。情報通信手段の発達により銀行自動振込が普及した。集金用交通が代替されている。CD、書籍、ビデオテープ等は情報媒体の輸送であるからいずれ通信にとって変わられる。人と人の付き合い方如何では年賀状も電子年賀状に取って代わられる。しかし、メールアドレスの付け方が名刺と同じでは人と人の付き合い方は変わらないかもしれない。

電信は鉄道用の通信システムとして1840年代にイギリスで発達した。1837年にホイットストーンとクックが電信機を発明すると真っ先に利用したのが鉄道であった。アメリカのモールス信号は最初、成長の原動力となる特定のキラークンテンツがみつからず、使い道がなかったが、新聞社の原稿配信で実用化した。モバイルのキラークンテンツに自動位置情報システムがなり得るとするならば、「モバイル交通革命」が起こる。それは技術だけではなく制度も変わるからである。ITは人間関係に関する技術であり、技術以前に人と人との関係について解決しないと進まない問題が多い。従ってドッグイヤー論は作戦として制度と技術の同時解決のため、ヒューマンイヤーを一気に押しまくってしまう狙いなのであろう。

ユビキタスは「誰でも」という意味はないが、モバイル交通社会(図3「モバイル交通社会の形成」)では不可欠である。いつでも、どこでも、誰でも、手軽にサービスが受けられる交通社会への強いニーズこそ高度な携帯端末技術を開発させる。このコンセプトを具現化すればモバイル交通社会が実現する。「マイカー元年」、「モバイル元年」のあと『モバイル交通元年』がまもなく到来するのである。

モバイル交通社会の形成

(平成12年度 運輸白書から抜粋)

近年、パーソナルコンピュータや携帯電話、GPS受信機、カーナビゲーション機器といった個人向けの情報端末は、低価格化や高機能化、インターネットの普及も相まって、爆発的に普及し、その活用形態も多様化してきている。

移動体通信も含めた大容量・高速通信のインフラ整備は全国各地で進められてきており、道路や公共交通の利用者の多数が、何時でも何処でも、移動中であっても、情報化された交通インフラと直接結びつくことが可能となりつつある。

そして既に、VICSやGPS対応型携帯通信端末など、通信技術と位置検知技術、GIS(地理情報システム)技術などの組み合わせにより、個人の移動ニーズに対応したき細かい情報提供サービスが一部で実現しつつあり、また、高齢者や身体障害者といった移動制約者へのサービスの展開も期待される。

また、いろいろな分野で急速に普及してきているICカードについても、料金收受の手段として交通分野において応用が進められてきており、道路交通においてはETC、公共交通においてはICカード乗車券システムとして普及しつつある。

そして今後、これらの情報技術と新たに普及が見込まれるデジタルテレビ等の情報家電が融合し、電子決済や予約、総合的な交通情報提供など、利用者にとってより利便性の高い交通サービスが実現することが期待される。

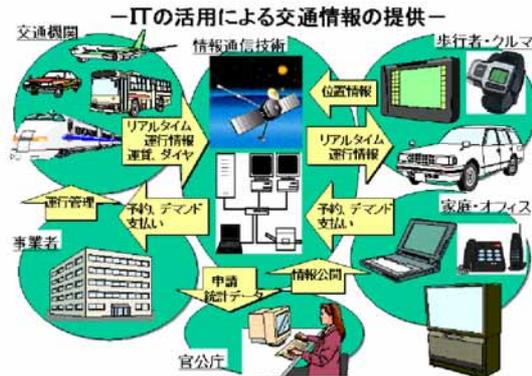


図3 モバイル交通社会の形成

モバイル交通社会の実現に必要な道具は位置情報と地理情報である。位置情報のリアルタイムでの把握がモバイル交通社会の大前提であるが、それだけでは社会的には有為なものとはならない。位置が地図上であらわされ、地名や建物名どころか交通規制状況まで表示されてはじめて人間に利用できる情報となる。

人類はそもそも移動を常態とするという認識が強く受け入れられているが、現象としてあらわれる移動のニーズは、時時刻刻発生するランダムなものである。従って、定時、定路線の公共旅客交通機関は人類に我慢を強いることとなり、経済社会が発展するとマイカーが選好されることとなる。公共旅客交通機関を利用しましょうとお題目を念仏のように唱えても仕方がないとまで厳しい批判が出てくるのである。インターネットは距離・時間の超越というような物理的变化をあらわす表現でおさまるものではなく、これまで長い間、情報劣者であった『個』が、行政、企業等の大組織と同等の位置につく変化をひきおこしている。交通事業制度は交通市場についての認識問題として論じられた。すなわち交通サービス利用者の集団性をどう認識するかに基づいて論じられてきた。『個』の利用者への認識が変化すると利用者集団への認識も変化し、交通市場の捉え方も変化する。携帯電話等モバイルの高度化は、移動体の『個』の認識を深度化する革命を引き起こせる力を秘めているわけである。移動電話は自動車電話を超えて一気に携帯電話として普及した。カーナビも普及しつつあるが、携帯ナビつまりGPS機能付き携帯電話として一気に普及するはずである。結局、移動体の『個』の単位は車ではなく人なのである。『個』の情報化が進まなければモバイル交通社会は実現

できない。

2. 位置情報研究会の活動

位置情報研究会は、位置情報ビジネスの推進を図るため、個人の立場で利用者の視点にたち GPS 等位置情報に関する情報交換、調査研究を行うとともに、行政府、立法府、ビジネス界等に対して提言を行ってゆくことを目的として設立された任意団体である。2001 年秋から発足し、毎月一回程度の頻度で講師を招いて研究会を開催している。これまでテーマとして、電子基準点（国土地理院）のほか、緊急通報制度（総務省、消防庁等）、準天頂衛星（新衛星ビジネス株）、携帯電話位置情報（ドコモ、KDDI、ボーダフォン）、サイバーレール（鉄道総研）、タクシー情報（リオス、フットコール、システムオリジン等）、ゲーム（ゲームクリエイター飯野賢治）等について取り上げてきた。メンバーは個人の立場で参加し、桑原守二（桑原情報研究所）を代表、寺前秀一（日本観光協会）を事務局長として、熊木洋太（国土地理院）中島信生（電気通信大学）松本充司（早稲田大学、大駒実（ミノル工業）豊川博圭（フットコール）二村博三（東京交通新聞）羽方将之（カシオ）等のメンバーのほか、ドコモ、KDDI、ボーダフォン、セコム、パスコ、新衛星ビジネス、ヤマトシステム開発、鉄道総研、情報センター藤原、ホームネット、デンソー、ダイムラークライスラー、オムロン、システムオリジン、東京都タクシー協会等に所属する者が出席している。

携帯電話への位置情報システムの義務付けについては、2002 年はじめに総務省及び消防庁の行政官の意見を聞いたところ、米国のような法制化（表 4 諸外国の携帯位置情報）は困難であるとの認識が強まった。従って携帯電話への位置情報システムの標準装備化には位置情報を使ったゲームの普及が有効ではないかとの判断から、GPS などの位置情報技術を使ったサービスモデルとゲームの企画アイデアを競うコンテスト（資料編 5：資料「ゲームコンテスト」）を行っているところである。人やモノや交通機関が移動しながらネットに接続するモバイルインターネットでは位置情報の利活用が大きなテーマになっており、この面でのブレークスルーが新たなビジネスチャンスを生み、日本の競争力の源泉になると期待し、このコンテストは、その呼び水となるアイデアを広く募集するものである。

	制度	技術方式		導入状況
		測位精度	具体的な仕様	
	<p>FCC規則において、携帯電話からの緊急通報における発信者の位置情報(緯度・経度)を緊急通報センター(PSAP、全米に約1万ヶ所)に通知する機能の実施を、携帯電話事業者に義務付け</p> <p>〔実施の期間〕 複数基地局測位: 2002年10月まで又は当地域のPSAPの要望後1年半以内に、カバー率100% GPS測位: ・2001年10月まで又は当地域のPSAPの要望後半年以内に、ネットワーク側のシステム稼働 ・2005年12月までに、利用端末の95%が対応</p>	<p>GPS測位方式、複数基地局測位方式のそれぞれについて、満たすべき精度を規定</p> <p>〔GPS測位方式: 呼の67%以上は50m以内 呼の95%以上は100m以内 複数基地局測位方式: 呼の67%以上は100m以内 呼の95%以上は300m以内〕</p>	<p>携帯電話事業者の任意(TIAにおいて、技術仕様が標準化)</p>	<p>次のような理由により各携帯電話事業者とも対応が遅れている</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設備投資資金が措置できない ・FCC規則に定めるスケジュールがタイト
	<p>EU指令において、欧州緊急通報番号(112)への全ての緊急通報における発信者の位置情報通知機能を、電気通信事業者が技術的に可能な範囲内で実施することの制度化を、加盟国に義務付け(2000年7月)</p> <p>英国は、「一般免許条件」において、本機能の実施を、携帯電話事業者に義務付けその他のほとんどの国については制度化は未対応</p>	<p>商業ベースで整備している位置情報提供プラットフォームで実現可能な範囲(指令における「技術的に可能な範囲」の英国の解釈より)</p>	<p>欧州委員会が設置するCGALIESやETSIにおいて共通化を検討</p> <p>〔CGALIESは、測位方式については、セル範囲による方式をミニマムサービス、高精度の方式(GPS測位、複数基地局測位)を付加サービスとして、提供することを勧告〕</p>	<p>英国において、ポーターフォンが、基地局のセル範囲レベルの位置情報を通知する機能を提供することを決定</p>
	<p>現在、「通信秘密保護法」により、個人情報保護の観点から、緊急通報における発信者の位置情報通知が許されていない</p> <p>情報通信部は、緊急通報等の公益目的の場合、発信者の同意なしに位置情報通知を可能とするための法案を来年度国会に提出する予定</p> <p>なお、当初、本法案に、GPS内蔵携帯電話の普及促進策を盛り込もうとしたが、市民団体等の反対により取り止めとなった</p>	<p>法案成立後、民間標準化機関である韓国情報通信技術協会(TTA)において、サービス基準、技術基準が標準化される見込み</p>		—

表 4 諸外国の携帯位置情報

位置情報研究会の活動が行われる間にも携帯電話による緊急通報が増大し、警察消防当局も位置情報の必要性を痛感するところとなり、これを受けて2003年12月総務省では、携帯電話からの緊急通報(110番、119番等)において発信者の位置情報を通知できる機能等の実現に向けて、当該機能に係る技術方式等について、情報通信審議会(情報通信技術分科会)に諮問し、検討を開始したところである(資料編6:図「携帯位置情報に関する諮問」)。位置情報研究会でも総務省の担当課長から諮問内容の説明を受けたところである。数年のうちにわが国における携帯位置情報システムが飛躍的に進展することが期待される。

3. モバイル観光案内実験

ハイパーな観光ガイドは日本に限らず諸外国でも構想実験されている(注4)が、実用に耐えるものはまだ出現していない。(社)日本観光協会においてもモバイル観光案内の実証実験にこれまで何度か参加してきた。モバイルツールの利便性に限界があり、携帯電話に位置情報システムが標準装備される等の手軽なマンナビが出現しない限り、実証実験の域を出ないものではあるが、普及活動の一貫として実験に参加協力を行ってきた。

(1) 2000年11月、12月に(社)日本観光協会はNTTドコモ、セイコーエプソン等とともに携帯端末による観光分野での位置情報とコンテンツ提供サービスの実証実験を行った。

観光分野における位置情報サービスの受容性に併せてビジネス性の検証も行った。実験は、一般旅行については長野県松本市、修学旅行については長崎県長崎市において(社)日本観光協会等が観光情報コンテンツを、NTTドコモが通信機器および通信網をそれぞれ提供して行った。実験では、GPS機能を備えるDLP対応の小型情報端末を観光客・修学旅行生に貸与し、ユーザーの居場所周辺の観光情報コンテンツなどをサーバーから配信し、加えて修学旅行生向けには、グループ別に行動している生徒の最新の現在地を先生が検索できる機能も提供した。ユーザーはGPS機能により自己位置が確認でき、内蔵されている地図で自分の居場所が確認できた。修学旅行生から最も評価された点は、ナビ端末の「内蔵デジタルカメラ」の機能であった。これはナビ自体の機能の利便性よりも、楽しさという視点での評価が強かったという現れである。

(2) (社)日本観光協会の実証実験として、JR松江駅前の松江市観光案内所(同市朝日町)で2000年12月27日から2001年3月末まで、観光客に向けた携帯情報端末の貸し出しが行われた。衛星を使ったナビゲーションシステムと、情報の自動配信システムを駆使、観光客を道案内したり、周辺の観光スポット情報を提供した。施設の利用料金も電子決済できる。携帯端末10台と、位置のみを知らせる子機10台を無料で貸し出し、30台に増強した。端末では、衛星を使って画面上の地図に現在地を表示。地図は最大で1000分の1の縮尺に拡大でき、細かな路地まで表示される。また観光施設に近づくと、割引制度などの情報を自動的に配信し、レイクラインの停留所付近ではバスの発車時刻も分かる。松江城や県立美術館など四カ所の入場料金やレイクライン、堀川遊覧船の運賃も端末で自動決済でき、端末を返却する際に精算する仕組みになっていた。

(3) (社)日本観光協会は日本テレコムとともに2003年3月携帯電話から音声ガイダンスで愛媛県松山市周辺の観光案内情報を利用できる実証実験サービス「道後湯けむり・坊っちゃんネット」を行った。日本テレコムの音声インターネットサービス「ボイジー(Voizi)エンタープライズソリューション」で、松山市の観光案内をする「観光音声情報サービス」の実験を行ったものであり、日本初のサービスで、高齢者や目の不自由な人を中心に重宝されるものであった。観光の際、観光地の情報を事前にネットで調べる人も増えているが、「観光音声情報サービス」はパソコンを使わない人でも、ネットの観光情報を電話で手に入れられる。また、現地でも携帯電話や公衆電話から簡単にアクセスできるため、歩きながらも利用できた。通常の話料はかかるが、情報料は無料で、全国の観光地で地元住民が無料で観光案内をしてくれる「観光ボランティアガイド」の活動支援の一角として提供された。

(注4) ハイパーな観光ガイド【Maria Cristina Valsecchi 1999年3月5日 3:00am PST イタリア、シエナ発 団体で行く観光ツアーにはもう飽きたって? 毎日誰にでも決まりきった説明を繰り返すガイドにはもううんざりだって? パトリツィア・マルティ氏は、お客の考えが読めなければ完璧なツアーガイドとはいえないと考えている。イタリアはシエナ大学のマルチメディア研究所に籍を置く、この若き研究者と同僚たちは、身につけることのできるインテリジェント・ツールを製作した。この装置は位置決定システムとニューラル・ネットワークを用いて、観光客の動きからその好みを推測し、その人に合った

情報を供給するというものだ。シエナ大学が中心となった、『物理空間中のハイパー・インタラクション (Hyper-Interaction within Physical Space: HIPS)』と名づけられたこのプロジェクトは、欧州委員会からの助成を受け、ヨーロッパ各国の合同チームが推進している。マルティ氏のチームは来月、中世の市庁舎だったシエナ市民美術館で、このシステムのデモンストレーションを行う。「新しい技術、特に情報技術は、人々に芸術を提供するための強力な媒体となりうると信じている」と、同美術館の責任者であるマウロ・チバイ氏は語る。HIPS は基本的に PDA(携帯情報端末)なので、美術館や街なかでの携帯が可能だ。展示された芸術作品の近くに置かれている、赤外線と無線の発信器が、位置をこの小型コンピューターに知らせる。屋外の場合は、グローバル・ポジショニング・システム(GPS)がユーザーを案内する。この装置は個々のユーザーに合わせて調整される。ユーザーが特定の作品のところへ戻ると、HIPS は最初の時とは異なる、より詳しい情報を教えてくれる。しかもちょうどいいペースで情報を提供してくれるので、ユーザーが次の場所へ移動する間も情報が途絶えることはない。HIPS の元になったアイデアは、現実の世界と情報の仮想空間を平行して存在させるというものだ。HIPS は、人々が物質的な空間を自由に歩き回りながら、同時に情報空間をも体験できるように作られている。テスト・ユーザーたちは、HIPS を携えて、13 世紀に建てられたシエナの宮殿を散策し、シモーネ・マルティニの『聖母マリア』やアンブロージオ・ロレンツェッティの『善政・悪政』などといった有名なフレスコ画を見学することになっている。来年には、この電子ガイドの屋外でのテストも実施される予定だ。場所は、イタリアでもっとも有名な広場の 1 つに数えられるカンポ広場。テストはその後、シエナ各地で行なわれる。】

第四章 地図情報と住居表示

日本の観光案内が、英語表記が少なく外国人観光客に不親切であると識者から指摘が多い。指摘自体は誤っていないが、単にアルファベット表記にすればいいというものではない。中国人には漢字表記をすればいいのであり、カタカナ、ひらがな表記を避ければいいのであるが、案内表記も文化であり、住居表示の延長にあるとすれば、単純に外国語を表示をすればわかりやすくなるというものではない。

交通サービスも地図の存在を前提に成立する。地図には東経 度北緯 度のほか、社会的に意味のある地番なり住所が付される。住所は住居表示システムであらわれ、わかりやすくなければ郵便システムや宅配システムの維持が困難となる。アナログ表示であろうがデジタル表示であろうが同じであり、人が理解しやすくなければならない。明治以来慣用となってきた日本の地番制度は「郵便物が届く宛先」のために作られたのではなく、徴税のために、土地の所有権を明解にするためにつけられたものであった。このため住居表示がわかりづらいつの認識から、昭和 37 年(1962 年)に「住居表示に関する法律」が制定された。日本が高度成長期を迎え、かつ東京オリンピックのため、分かりやすく訪ねやすい居住環境の強力な整備が必要であった時期である。東京を中心とする都市の混乱、交錯した居住地の整備が狙いであった。以後、これを発端として、直接この制度の恩恵を受ける郵政関係機関や自治省(現総務省)等が新しい住居表示制度の実践を呼び掛け、自治省(現総務省)から住居表示整備の実験都市に指定された金沢をはじめ、全国市町が積極的に取り組むことにより着実に実施されてきた。その一方で由緒ある町名、地名の保存あるいはその延長にある地域のアイデンティティの確保といった観点からの批判もあった。江戸八百八町をしのぐ九百三十三町あった金沢では、五百以上の町名が消えた。情報技術を活

用すれば、従来の自治組織、行政区、従来の町名等を維持しつつ、人間にわかりやすい住居情報、位置情報を提供できる時代になってきている。住居表示思想も IT を取り入れて、発想を再び大きく転換すべき時期かもしれない。

わが国では住居には表札が掲げられることが一般的であり、すでに江戸時代には表札が存在したという。その表札をもとに文書およびデジタルの住居地図が商品化されている。表札を掲げる以上、秘密ではないという判断であろう。本人の同意なく掲載されている。電話帳の住居表示は本人の同意に基づくが、丁目 番地どまりで 号までは載っていない。公表されている電話帳をもとに、電話番号を入力すればたどこに地図上にその家の位置が表示されるパッケージソフトが市販されている。現行法のもとでは、すでに秘密ではなく、制限する法律がないということから、本人の同意を求めずして行われている。個人情報の保護に関する法律が制定されたので、これらの商品販売には、本人の同意が必要となった。従って情報提供業のビジネスとしては限界がある。個人情報を第三者に提供することを目的とする公共システムである、土地、家屋等の登録制度、住民登録制度、自動車登録制度と結びついたシステムでないと安定感がないことになる。モバイル交通社会実現のためには、個人情報保護やセキュリティに配慮しつつも、住居表示は空間データ基盤として公共財であるという認識のもとに、低廉なものとしてデジタル情報化されて行くであろう。

空間データ基盤としての市町村が整備する住居表示台帳には、街区及び住居番号の情報が含まれている。住居表示に関する法律（第 9 条第 2 項）では「市町村は、関係人から請求があったときは、住居表示台帳又はその写しを閲覧させなければならない」と規定しているため、公開を原則とするわけである。いずれ電子的なものにより公開されることとなる。この住居表示に係る情報は、直接個人の氏名情報と結びついていなくとも、街区データの含まれる既存の地図の利用等により、位置参照が行われることも視野に入れる必要がある。個人情報保護の徹底が不可欠である。

日本の土地、家屋、住所等の公的情報は元来オープンである。これに対して大航海時代を通して地図を作りつづけてきたイギリスでは、王立土地登記局がようやく 1988 年に土地登記簿の閲覧を認める決断を行っている。それまではイギリスでは伝統的に土地登記簿を閲覧したり、調査するのは土地売買取引に関わる時だけに制限されていた。日本のように自由閲覧は許可されていなかったのである。そのイギリスが、現在では番地レベルで郵便番号(コード)を決めている。その数およそ 150 万、一つの郵便コードに該当する住居は平均 14 世帯である。この郵便コードは、単に住居表示システムにとどまらず、郵便コードを軸として他のデータを集約して国土空間データを形成している。住居表示を公共財として取り扱い、情報通信の発展を促しているわけである。

日本で国土空間データ基盤の整備および GIS への取り組みが本格化するのには、不幸にも阪神・淡路大震災がきっかけであった。地理情報を広範かつ利用価値の高いコンテンツとして流通させ、誰もができる限り自由に活用できる社会を実現してゆく必要があるとの認識がようやく強まった。モバイル交通社会実現のためにも、地理情報の高度化が不可欠である。紙地図では実現できない、リアルタイムの情報を地図上に表現することが可能となり、スピードが要求される業務に適用されることが可能となる。バス停等の施設情報や一方通行等の新鮮で精度の高い交通規制情報もリアルタイムに入手可能となる。タクシー業

務も呼び出し先が不正確であるが故に顧客を逃してしまうといったことがなくなる。

地方行政の大半は地図行政とまでいわれる。地方公共団体では、法定、非法定の地域計画が数多く作成され、地図に関連する業務が7割から8割あるといわれている。部署間で共通に利用可能な空間データを整備・管理する統合型のGISを導入すれば、業務の効率化と労力の軽減、行政サービスの高度化及び住民サービスの向上等が可能となり、あわせて行政経費のコストダウンもはかれる。このような効果的な行政運営に資する統合型GISを地方公共団体に普及させれば、いつでも、どこでも、誰でも、安く手軽に国土空間データを手にいれることが可能となる。民間情報提供機関はその上で知恵を出し、付加価値をつけてコマーシャルベースに乗せるのである。

(注5【補足】) 道路に名前をつけるということは、西欧の「壁の建築」という線的な発想によるのであろう。生命の長井石造り建築では領域に地名をつけるよりも、両側の建築によって形成される線的な道路にゲシュタルト質を認め、それに名前をつけることが合理的であり、また、石造り建築では、ハウスマンパーも変更が少ないだけに意味があるのであろう。そして、わが国のように地番という小さな領域を呼ぶより、この家と呼ぶほうが、個人から発して国に終わる住居表示の考え方とも一致している。わが国では、見知らぬ諸外国で家を探すよりもはるかに困難な領域システムに固執しているのは、我々の体内を流れている「床の建築」の思想があるからである。この住居表示を国際化することは、我々が畳の上で靴を履いて暮らすほどに困難であるに違いない。(「街並の美学」 芦原義信)

第五章 観光情報の評価システムの重要性

1. 観光NPOの重要性

映画監督今村昌平氏を会長とする特定非営利活動法人「ジャパンナウ観光情報協会」が平成12年(2000年)に日本初の観光NPOとして発足した。今村昌平氏は、自己の感性により日本の観光資源を選択し、世界の旅行者に毎年雑誌「JAPAN NOW」として提供してきた。NPO法人ジャパンナウ観光情報協会はこの思想を受け継ぐものである。人々の価値観の多様化により、政府の一元的、画一的なサービスだけではすべての公共的ニーズを満たせなくなっており、規制緩和、民営化、地方分権が進展すれば、さらに重要となる。美しい国土の創造をうたい文句とする「21世紀の国土のグランドデザイン(第五次全国総合開発計画)」でも、すべてを官が担うのではなく街づくり等にNPO等の多様な主体の参加を呼びかけている。NPOは公益法人と異なり主務官庁が存在せず、役所との関係が薄い点が着目される。NPOは需要サイドにウェイトをおいた横割組織といえる。

日本は元来NPO社会であった。侍による官職独占の江戸時代は、町民等は自主組織で火消活動等をしていた。江戸時代どころかついこの前までの日本社会もボランティア活動が残っていた。米国のアドプトシステムに学ぶ必要などなく、道や川の掃除は地域住民が自主的に行っていた。ドラッグが奈良のお寺の寄進を例にあげ、NPO先進国と評価した日本文化があった。その日本がいつの間にか大きな政府が当たり前の社会となってしまった。従って、江戸時代を見直し、明治政府が作り上げた江戸時代観が見直されているのだと思われる。

この観光NPOにまず期待したいことが観光資源に関する評価の議論である。心(脳)

の満足度に関する評価であるから、デマンドサイドが作るべきものといえる。個人は選択をする以上評価・判断しており、最終的には客観（金銭）評価をめざすことができるはずであるということになる（注6）。数値化が困難なこの評価手法に対して、インターネットが可能性を開いてくれたと思われる。インターネットも「時間と距離の超越」といった物理的な変化を表す表現でおさまるものではなく、これまで情報劣者であった「個」が行政、企業等の大組織と同等の位置につく変化を引き起こしている。「個」が主体である点、NPOと合い通じるものがある。観光は心の満足に関する事柄であり、まさに個人の活動を中心に据えるNPOの活動を予感させるものである。切り口を変えれば余暇、旅行等にも共通する広い（曖昧な）概念であり、宗教、趣味、仕事どころか、賭博、風俗、暴力等ともきわどいところを共有する複雑なものである。それだけに議論の対象として興味が尽きない。

観光は単なる物見遊山ではないとの主張があるが、観光につける予算はないという財政当局的発想とベースは同じである。神社仏閣、日本三景等をめぐる物見遊山も「かわいい子には旅をさせ」の時代から脱皮して発生したものであり、江戸経済を拡大させた。観光は21世紀のリーディング産業と認識され始めたが、観光・物見遊山する人がいてはじめて成り立つ。観光・物見遊山は人の心の満足である点では、仕事も宗教も連続した概念であり、無理に違いを強調する必要はない。国、地方の財政当局も少しずつ変化し始めている。脱皮のための予算をつけ始めた。供給サイドから観光を論じると、誰しものが無意識のうちに矛盾を感じる。町の温泉協会、県の観光振興課、国の観光機関は、階層的に外部観光客獲得のため常にフロンティアを求めることとなり、最後は地球政府が宇宙人観光客の誘致ということになりかねない。デマンドサイドを最もよく理解したものが生き残れる。観光NPOに耳を傾けることが早道である。

（注6）工学系の研究者が公共事業の政策評価に際して精力的に数値化の試みを行っているのもこの信念に基づいて行っているようである。これに対して質は数量化できないから、質という用語があるとする考え方があり。なお、岩井克人東大経済学部教授は「健康、若狭、才能、尊敬、愛情等人を幸福にするために必要なものはおカネでは買えない。この真理は一人一人の人間が生きてゆく過程の中で真理であることをいちいち納得して行かなければならないものであり、ピタゴラスの定理のように人間が継承できるものではないもの」「経済学の観点からみて不幸な社会とはどのような社会でしょうか。戦争、政治的弾圧、自然的災害は経済学の範囲を超える不幸。飢え、失業、公害等あまりに人々の間に富が行き渡らず、おカネで買えるものすら買えない社会」「幸福はおカネでは買えないという真理に一人一人の人間が達することそのものが不可能な社会」「幸福はおカネでは買えない。この凡庸な真理に一人一人の人間が達することができる社会について考えること、そこに経済学者と幸福論との接点があるはず。」（「お金で買えぬもの」讀賣夕刊平成16年（2004年）1月7日）とする。

2. 観光を論じる意味

観光の概念は曖昧である。当然数量化も困難である。観光の経済的効果についても供給サイドは営業的政治的プレゼンスから過大にしがちである。「観光立地論」への過剰な期待が生まれる土壌がそこにはある。ビジネスとして観光を考える場合、数量化できないことには家内労働的段階からの発展が期待できない。テロやSARSの観光に及ぼす影響を正確に把握できない。行政においても政策評価ができず、政策以前の段階ということになる。

代表的学説のひとつは観光を「人が日常生活圏を離れ、再び戻る予定で、レクリエーションを求めて移動すること」と定義する。旧観光政策審議会は「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、ふれあい、学び、遊ぶということを目的とするもの」とする。これらの定義は共通して「日常生活圏を離れる」ことを前提にしている。観光を定義する前提には、何のために定義するのかということを明確化しなければならない。通常、観光が観光以外のものと区別される場合に「遊び」のニュアンスが強くなる。「観光につける予算はない」といった場合も、遊びに税金は使えないとの判断がある。オイルショック時に運輸省が観光旅行宣伝の自粛等の協力要請をしているのも同じ判断である。

観光ビザの発給等外国人労働政策等をふまえた方針で行われる場合、「観光」の定義には厳密性が要求されることとなるが、法律上厳密に観光を定義することはきわめて難しい作業である。従って、我が国では法令用語であるビザ(査証)には、観光ビザという分類はなく、俗称である。日本での就労が可能か否かで区別し、出来ないものを短期滞在ビザと分類するだけである。

厳密な定義は難しいが漠然とした観光のイメージがあるのか、観光に従事する労働者が増加し、観光産業のウェイトも高くなってきたと認識されている。遊びであろうがなかろうが、観光が無視できないくらいに社会的経済的影響が大きくなってきたわけである。その観光について研究者が興味を持つことは必然であるが、定義が不明確であり体系化は困難である。必然、観光学が実用的、職業訓練的分野にウェイトがおかれるのは当然であり健全でもある。

1856年に「観光」が造語された。新しい英語としてのツーリズムが造語された1811年に遅れること約半世紀である。国の光を見るものとの認識からか、幕府が購入した洋船には、咸臨丸とともに観光丸という船名が命名された。勝海舟が観光丸に乗船していたなら、今日でも、観光とは原義どおり外国文化視察の意味で使われていたであろうといわれる。その場合、ツーリズムの訳語は「漫遊」「旅遊」的用語になっていたであろう。しかし勝海舟は咸臨丸に乗船した。大正時代にツーリズムの訳語として「観光」があてられることとなったが、語源に影響されたのか、観光は当初国際のニュアンスが強く、特に外国人訪日旅行を意味した。その後重複的に国際を強調した国際観光という言葉が多用され、その後言葉としての国際観光が一般化することにより、逆に観光とは国内、国際を含むものとの認識が一般化したと思われる。

日本の観光政策の基本方針を指し示す観光基本法は昭和38年(1963年)に制定されたが、基本的な法律であるにもかかわらず「観光」の定義がなされていない。定義が試みられたようであるが最終的には困難であると判断されたものの、世の中には観光をして通用する概念があるはずであり、その概念をもって観光と認識するというで立法化された。

3. 非日常～バーチャルとリアル

観光のキーワードに「非日常」があげられるが、日常性、非日常性は、頭中のことであり相対的でもある。リタイア後の団塊世代は観光が日常なのかも知れない。従来の観光の定義でいうところの日常生活圏を「離れる」は、物理的にはなれることを意味していたはずであるが、バーチャルな世界では物理的にはなれていなくても心理的に「離れている」状態を含むものとなってきている。ただ頭中のこととはいえ、バーチャル体験がリアル体

験にとって変わるにはまだ技術が追いついていないから、リアル体験が容易にできる大東京に、人が住み人が集まる。

都心で満天星の空を味わうことも、赤外線天体望遠鏡を使えば可能である。しかしその星はそのとき爆発して消滅しているのかもしれないし、今見ている太陽も5分前の太陽である。リアルともバーチャルともつかないわけである。いずれスーパー補聴器や盲人用眼鏡が実用化される。ヒトは元々世界を脳で感じているから可能である。

1938年のハロウィーン時にはラジオ番組火星襲来が現実のものと勘違いされた。今日は逆である。テレビ番組で人類の月面到達を検証したところ、米国民の20%は信じなくなっていた。有名タレントを実際に見て「テレビで見るよりかわいい」という感覚と通じるものである。

観光も一歩進めればバーチャルの世界まできている。ハイテクを使わなくてもその昔から体験した気分させる技は存在していた。小豆島にはミニ四国八十八箇所があるが、得られる満足感は本人次第である。そもそも「風景を楽しむ」ということは、現実に視覚等により得られる情報と、脳が創り出す想像や過去の記憶との合成によって形成されるものである。凡人の旅行者は、いにしへの文人墨客の語りに自らの語りを重ね合わせて風景を観光する。すべて脳の働きのなせる技である。「常夏ハワイ」も一種の記号である。観光地に訪れたときに感じられる一種の失望は、その記号にあわないことの証明であり、リアルがベストではないと感じられるのである。

ではバーチャルであれリアルであれ、ヒトはなぜ観光するのであろうか。ヒトが観光することにより得られる感情を言い表せれば観光の定義もできる。高度に進化したヒトの脳は、観光するに得られる感情のみならず恐怖の感情も生み出す。動物なら危険を察知すれば条件反射で逃避しようとする。恐怖という感情はこの危険から逃れる条件反射から発達した。それが進化により恐怖や不安といった感情がヒトに備わったことで、状況に対して幅広い反応ができることとなった。ヒトは恐怖を感じるといろいろな対処法を考える。考えるがゆえに苦悩も生まれ誤行動も発生する。観光により得られる感情は恐怖以上に複雑である。恐怖の感情をも観光に取りこんでしまう。絶叫マシーンや幽霊屋敷である。それだけ観光とは複雑で高度なヒトの頭脳が作り出すものなのである。自然観察や史跡見学から賭博、暴力、風俗（新しい意味は中国人や昔の日本人には通じないが）まですべてが観光に取り込まれてしまうのは、観光することが進化の産物であるヒトらしい行動であることの証である。それだけに説明も複雑になる。

「病気には転地が効く」なぜ効くかは、医学的にはっきりわからないらしいが、環境が変わること、環境から体への入力が変わってくることが、どうやらよい影響があるらしい事はわかってきた。特に頭によい影響があるらしい。では、観光することによりヒトはどのような満足が得られるのであろうか。学説の一つは仕事や日常生活から解放されリフレッシュするためという。単純に脳や体を休めるためだけなら睡眠で十分であり、効率的である。しかしヒトは睡眠ではなくわざわざ観光する。単純な行為の繰り返しでは満足できず新たな刺激を求め。新たな刺激が気分転換や喜びをもたらす。学説が観光の定義付けのさい異体験と表現するのも、異体験が気分転換や喜びにつながるからである。登山やスポーツは肉体的には休養どころか疲労であるが気分転換と感じられる。この感情を進化論的にどう説明したらよいのであろうか。脳の存在そのものの役割の説明となってしまう、現

在の人類の知識では回答できない。それがわかるときは脳の機能が解明されている。脳がわかれば人間もわかり、社会も観光もわかるはずである。

4. 観光概念に移動性は必然化か？

これまで観光とは大前提として移動が基本であり、また、起点に戻るものが基本であるとされてきた。ツーリズムの語源が「回転する」というラテン語に求められる事実は、こうした背景をよく象徴しているとされてきた。このことが正しいのか検証が必要である。遺伝子のせい、人の体は歩くのに都合よくできている。ヒトの移動にはさまざまな目的があって、今日では観光は非常に大きな比重を占めているが、依然として移民や難民としての移動も存在する。

くりかえすが、観光を厳密に定義することは現段階では困難である。中身を不明のものとして、形であらわれたヒトの行動で観光を説明せざるを得ない。とすると、移動性に着目するしかないわけである。形で現れた移動は観光と非観光を区別できないから、観光は「旅行」という概念に収斂する。旅行と交通は人に関しては同意義となる。仕事をするためには通勤が必要な場合が多いように、観光するために移動が必要である場合が多いが、ともに必然ではない。しかし、移動する動機から、通勤等の日常生活活動を除外したものが観光の動機と規制せざるを得ない。移動を伴わないで同様の満足が得られる場合との区別は我慢せざるを得ないのである。旅行は観光旅行だけではなく業務旅行もある。亡命旅行もある。旅行の前に目的（観光、亡命、業務）をつけている。旅行は移動が前提である。というより同意義である。従って観光を説明したことにはならない。起点に戻ることは定住社会ではあたりまえであるが、米国のトレーラー移動生活者には当然のことではない。奴隷や囚人としての移動は交通概念からも排除されている。意思による移動ではなく、社会的活動ではないからである。「通勤」、「通学」は定義上移動の要素が本質であるが、しかし仕事、勉学は移動を本質とはしない。結果として移動しなければ目的が達せられないことが多いだけである。同様に「旅行」も移動が本質であるが、「観光」は本質としない。移動することに喜びを感じることもあるが必然ではない。

日常生活圏を離れるためには交通サービスを利用する。交通事業者は観光サービス供給者としても活動することになる。したがって供給サイドから考える観光は移動を強く意識することになる。

観光立地論に代表されるように、観光は日常生活圏側ではなく主に受入地側で議論されるが、需要サイドからすると日常生活圏側で議論するということになる。現に日本人海外旅行に限っては日常生活圏側での議論が活発である。旅行の手配権が需要側にあるからである。この手配権を持つ者を物流の世界では荷主と呼ぶ。旅行では手配権をもつ者を「旅主」と呼ぶことができる。

今日の日本では移動に関する制度的制約を感じることはない。旅行の自由や移動の自由は憲法で認められた基本的人権であるが、権利云々の前のあたりまえのこととなっている。伊勢参りが普及したように国内旅行に関して日本は実質江戸時代から旅行王国であったといわれている。治安のよさや衛生状態のよさがそれを成り立たせたわけである。

ベルリンの壁の崩壊は、東独共産党が間違っ出た「今後東独国民は両独間の国境を自由に通れる」という一文が入っていた布告のためといわれている。テレビにも流れ、国

境警備官と市民との間での押し問答のすえ、ベルリンの壁は自由に越えられることになった。旅行の自由化がもつ、大きな社会的な力の一つを示している。訪日外国人数が相対的に少ないことが指摘されるが、日本周辺国はまだまだ移動制約が多いことも原因しているのではないかと思われる。

移動の自由があたりまえである時代において観光は移動性を前提として議論しなければならないのか再考の余地がある。移動は重要であるが本質ではなくなりつつある。移動しなくて得られる満足と移動しなければ得られない満足の垣根が低くなっている。観光がツーリズムの訳語であることの見直しが必要かもしれない。

これまで交通事業者は料金上観光客を一般旅客と区別してきた。物価の安定といったことにも気を遣わずにすみ、ボリュームディスカウントも可能な、規制の薄い分野であった。競争促進政策の進展に従い、ビジネス等の一般需要と観光需要の違いが薄くなりつつある。毎日が「盆と正月」であるデマンドサイドからも観光の常態化により非日常性と日常性の区分が薄くなった。レジャーにおいて移動を伴うから観光であり、帰宅途中のパチンコのように日常性があるから観光に分類しないということの意味が薄れてきたといえる。観光に「移動」の概念を加える必然性は需要側からはもともとなかったともいえる。結果として非日常圏に移動しなければ満足が得られなかっただけである。「生活圏から離れる」ことは、情報通信技術の発達で必然性が薄まります。単純労働がテレメータリングに置き換わったように観光もバーチャルリアリティに置き換わらないとはいえない。

観光行政はわが国では交通産業を所管する運輸省を中心（旧運輸省設置法は「運輸に関する観光」と限定）に行われてきた。観光サービスが、交通資本が中心になって提供された実態を反映したわけである。国際的にみて交通所管の一部局という地位に観光をおく国は現在では少数派となっていることが指摘されている。交通行政の枠を越えて社会における観光の重要性が上昇したからかもしれない。日本政府に観光を専門に所管する担当大臣を設置すべきであるとの主張が強くなり、ようやく「観光立国」担当大臣が任命されたところである。

5. 観光価値の評価の実践と困難性

人が何故「観光」するのかわからないと観光評価は出来ない。人が何故観光するのかを知るためには、脳の機能が解明されなければならない。従って現在の科学水準では、客観的な観光価値の評価は出来ないということになる。このことは観光に限らず、行政評価等についてもおなじである。しかしながら人は自分のもつ情報を使って自分の金銭を使っている。言い換えれば人は一人一人が金銭で何らかの評価をしていることにもなる。好みも最終的には金銭評価していることになる。完璧な評価は出来ないにしても、範囲を絞り込めば、その限りにおいて評価は可能ということである。「観光」という定義の出来ないものの、レストラン、ホテル、国の安全度といったある程度範囲を絞り込んだものの評価は可能である。レストラン一般よりは和食、洋食、中華と絞り込まれば絞り込まれるほど、その範囲が狭ければ狭いほど正確に評価ができるということになる。

海外旅行を敬遠する5大理由は治安・安全、言語、食事、衛生・健康、航空機といわれる。SARSの影響はイラク戦争より大きいことが実感として理解された。冒険旅行は別として、確かに旅行には治安のよさが前提となる。日本国内でも高度成長期以前は田舎から

東京に出てくるにあたってスリ置き引きに気をつけろといわれていた。ローマ帝国が滅亡した後を暗黒の中世と呼ぶのは、「パックス・ロマーナ」が失われたからである。外的への防衛、宗教と民族間の紛争防止、そして治安への保障のすべてが、瓦解してしまったからである。従って国や都市の安全度は比較的総合評価に近いものである。ルクソール事件時にエジプトは外務省危険度評価が 1 (注意喚起) から 2 (観光旅行延期勧告) へ引き上げられた。(ちなみに、3 (渡航延期勧告) 4 (家族等退避勧告) 5 (退避勧告))。逆に中央アジア・キルギスの日本人技術者拉致事件で、外務省は事件発生前、地元メディアがキルギス・タジキスタン国境付近でのゲリラ勢力の活動を報じたり、米国政府が同地域への立ち居入りを避けるように警告していた事を知りながら、「推移を見守る」として海外危険情報をだすなどの対策をとらなかったことがあった。今回のテロ事件では米国は一貫して 1 であった。現代のローマ帝国だからである。外務省の海外危険情報はあくまで参考情報とされている。情報に法的責任を負えないからである。米国テロ後危険度の上下が旅行業界などに波紋を広げた。やはり我が国旅行事業者にとっては日本人海外旅行者が最大にマーケットだからである。

デマンドサイドから観光資源の評価を求める声は強いが、完璧な客観的評価など現状においてはありえない。しかしそれだからこそ、思い思いの観光評価をすることもできる。その中に「すし屋の行くすし屋」的的手法がある。プロが選んだお店だからきっとおいしいのだろうと感じさせる手法であるが、プロにはプロの談合もありえる。評価は営業の武器であり、それが承知で行われる場合もある。専門誌が行っている温泉旅館百選が典型である。渚百選は渚を守るための戦略的宣伝である。従って観光地は、如何にマスコミにうまく評価してもらうかに注力するわけである。

客観的評価には情報公開が不可欠であり、評価基準と評価者の公開である。オリンピックでは採点者の公平性に疑惑が生じた。採点者であることのうまみもあり、誘惑もある。陪審制の裁判では、判断が公平になされるよう隔離等の措置までなされる。

ノーベル賞と同様ミシュランは非公開で権威を保っている。徹底した秘密保持が功を奏している。評価が店の繁栄に結びつくから、評価者が公表されれば誘惑の危険が増大すると判断しているからであろう。しかも判断基準が客観化しづらい項目も多く、両者あいまって公開されないのであろう。スキャンダルが発生すればたちどころに権威を失う。従って人々は運不運があることも知る。

価値を同じ物差しで計ろうとすれば数値化が必要であり、経済学では金銭評価である。文字情報は価値判断から完全には離れられない。映像情報はより客観的であるものの、映像を写す人の判断から離れられない。それでも克服する手法はある。文字の場合は書き込みを増やす地球の歩き方的手法であり、インターネットが加速している。映像もブロードバンド化、ハイビジョン化で情報が増大傾向にある。

観光は所詮趣味の世界である。堅苦しく考えることもない。NPO がのびのびと自由に評価を楽しめばいいのである。

(注 7【補足】)「ZAGAT SURVEY」1980 年代はじめニューヨーク在住の弁護士 TIM&NINA ZAGAT 負債が考案した利用者のアンケート結果を集計してレストランを評価する方法に基づく。レストランガイドはアメリカ、カナダ、イギリス等の 30 以上のエリア版が発行されている。「ホテルガイド」ホテルとり

ゾート&スパガイドはアメリカ国内の2,100以上の施設を掲載60の航空会社、11のレンタカー会社も含めて掲載12,300名を超える利用者からの投票に基づく。

第六章 モバイル観光社会と総合生活移動情報産業への期待

近年携帯端末を用いたインターネットの利用が急速に普及するなかで、位置情報を利用したモバイル情報サービスが、同市場の更なる拡大に向けて多くの期待を集めており、その市場規模は2003年に1兆円程度に拡大すると言われている。

利用者の位置がわかればモバイル観光情報サービスが提供できる。ニーズがランダムに発生する利用者の位置については、GPS等に代表される位置情報システムの登場により、技術的に可能となってきたが、精度、料金等技術的、社会的に克服すべき課題が山積している。ユビキタスは「誰でも」という意味はないが、モバイル観光情報では不可欠である。いつでも、どこでも、誰でも、手軽にサービスが受けられる強いニーズこそ高度な観光情報を実現させる。人類はそもそも移動を常態とするという認識が強く受け入れられているが、現象としてあらわれる移動のニーズは、時時刻刻発生するランダムなものである。これまでの利用者の要求は直接リアルタイムには反映されていなかった。位置情報システム等の実用的なツールがなく、利用者の需要をリアルタイムでつかまえる手段がまだないからである。

交通業はこれまでも地域に根ざして繁栄してきた。特に鉄道資本には地域住民ニーズの囲い込み傾向がみられた。CATV、学校、ショッピングセンター、ハウジング等いわゆる鉄道関連事業の展開である。国鉄民営化の発想にもつながるものであった。しかしながら鉄道業は独占であるがゆえに非効率性が課題である。鉄道業部門の天下り先的関連事業部門の非効率性も、連結決算制度でディスクロズされてしまった。駅構内の高く売れる場所に低収益の系列旅行業店舗が一様に設置されている不思議さが露呈してしまった。IT時代、鉄道沿線の新たな囲い込みを模索する必要性が生じている。サイバーレール構想^(注8)や「e@train」構想は、鉄道利用者の位置情報を、鉄道施設内はもちろんのこと鉄道施設外も含めて捕まえることにより、自宅から目的地までシームレスで利用情報を提供するシステムとして考えられている。管理最小単位は一人一人の旅客と位置付けている。サイバーレールは案内が輸送契約の始まりとなる。システムが利用者の計画をもとに、旅客の位置を判断し、サイバー空間内の様々なプロバイダーと自由に双方向通信を行い、トレースを開始する。旅客が予定していた計画と違った行程を辿った場合、そこからの代案や関連する警告等を出す。乗換などの場合では、あらかじめ、間違える前に乗換の情報を警告的に発することも可能となる。まさに顧客の囲い込みである。ヒトへの情報提供である点においてクルマへの情報提供であるITSの前を行く。あとは資金回収であるが、ルールにこだわらないほうがいいのかもしれない。

タクシーの鉄道駅や空港乗り入れは、ターミナルに顧客を集配するビジネスととらえて、鉄道会社や航空会社がドア・ツードアサービスの顧客の囲い込み管理に乗り出せば変化する。構内乗り入れに一定の制限が加えられるターミナルにあっても、利用客が自ら呼び出したクルマまで制限することはない。鉄道会社にとってのお客様に対してそんなことができるはずがない。GPS機能付き携帯電話で手軽に呼び出せるようになれば構内乗り入れの

制度自体が変わらざるを得ない。すべてではないにしても、鉄道会社、航空会社は、ドア・ツードアサービスを提供することによりタクシー会社の関係もビジネスの関係として認識するようになる。乗り入れ料等もトータル費用のなかで処理されることとなろう。ネーミングには異論もあろうが、サイバーレール構想のコンセプトはビジネスとしては顧客管理の発想につながるのである。

顧客管理に成功すれば、その分総合生活移動情報産業への発展が期待できる。介護、警備、通院、通学といったニーズは必ず移動のニーズを伴う。営業類似の有償運送行為の問題回避から、これまでスクールバス、通院バス、警備業、福祉サービスの形態がとられてきた。高齢化社会を迎え、きめの細かいサービスが提供されれば、自ら運転することの煩わしさから解放される喜びを多くの人々が享受できる。もはや車を保有することはステータスではなくなっている。介護等のニーズに限定されず、通勤、余暇、買物、配達といった普通の生活に必要なとされる移動ニーズに対応したサービスを提供する産業の創造が可能となる。

宅配便の発展は、普通の荷物から始まった。全国ネットワークシステムを商品とする以上当然でもあった。その過程で地域のトラック会社を取り込んでいった。成熟すると、クール宅急便、書籍配達、時間指定便と差別化した商品が発売されるようになった。全国ネットの基盤を活用したのである。利用者の位置を常時把握することが可能な総合生活移動情報産業の展開は、通勤、通学のみならず、介護、警備、買い物といった地域の個別ニーズを捉えた商品化から始まる。市場が成長すると、地域的広がりから、さまざまなニーズを取り込んだ一般的な移動情報サービスへと発展してゆく。地域ブランドから全国ブランドへと成長してゆく。宅配サービスの展開よりコンビニサービスの展開に近い。人流の世界において、宅配便に匹敵する評価が与えられる総合生活移動情報産業の登場が強く待ち望まれる。

既にタクシー車両の有効利用を考え、従業員の負担の少ない警備業を選択し、警備の資格を持つ人間に自動車の二種免許を取らせた例が報告されている。介護タクシーについても、車椅子利用者が緊急時にボタンを押すと携帯電話を通じて位置情報がタクシー会社の管理センターに送られ、直ちに出勤する例が報告されている。

車にまつわるビジネスが更に細分化されつつある。これまでもメーカー系列ごとの自動車販売業、石油元売別ガソリン販売業、自動車修理業、レンタカー業等と業界が区分されていたが、更に、運転代行業、自動車管理業、運転手派遣業等が発生した。顧客管理が進化すれば、これらの商品を総合的に販売するビジネスがあらわれても不思議ではない。個人生活において、特に高齢者所帯においては、車は保有するが管理は他人に委託するなり、時折自分も運転するなりしたいというニーズが発生している。カーシェアリングに限らず、様々なサービスを要求するニーズが高まる。顧客管理ができればそれらのニーズを総合的につかまえることが可能となる。

総合生活移動情報産業には無限のマーケットが広がっている。広がれば広がるほど社会的責任もついて回る。マイカーが選好される理由の一つにプライバシーの確保の容易さがある。顧客のプライバシーを守ることは序の口である。秘密が守られることが商品価値につながり、さらにマーケットを広げる。国民経済計算上、巨額の付加価値として計上されることは間違いない。

(注8)サイバーレール研究会【鉄道のIT化は各鉄道事業者において、地域の特性や、自社の営業方針のもとに、独自に計画が進められている。一方、利用者にとっては、すべての交通機関のIT利用において、バリアがなく、シームレスであることが必要となる。それを実現するためには、鉄道事業者とその他の交通機関、並びにITSシステムを含めて、複数システム間のスムーズな情報伝達と機能の連続性を保証することが必要となり、そのためのデータ、通信等のあり方についての整合性が望まれる。

サイバーレールの提唱するバリアフリーとシームレス化は、鉄道のIT化において、将来必要となる課題であり、鉄道総研の重要な研究課題である。サイバーレールは、利用者、事業者、および情報関係者の相互協力において、実現することになるため、これら相互の意見交換の場となる研究会が必要になる。

このような状況の下で、サイバーレール研究会の意義を諮るアンケートを実施した結果、約200名の賛同を得た。従って、鉄道総研情報・国際部内に、サイバーレール研究会を発足させ、各鉄道事業者独自のIT化を前提に、将来におけるすべての交通機関のIT利用において、全国的なバリアフリー、シームレス化を実現するための課題をとりあげ、関係者の意見を収集して必要となる課題を研究していくための活動を行いたい。

研究会は、サイバーレールに関心を持つ個人を会員とする。会員は、鉄道総研のサイバーレール研究に関する情報を得て、それに対して個人の立場として、もしくは所属団体の社員、職員の立場として、意見を述べる事が出来る。また、サイバーレールの研究に関する発表会に参加し、発表することができる。サイバーレール研究会は、セミナー、発表会の開催など、サイバーレールの実現のために情報関係事業者等がソフト、ハードのシステムを構築するための推進活動を行う。】

(注9【補足】)「e-エアポート」構想【成田空港において、高速無線LAN環境を整備するなど、官民が協力して、ITを多面的に活用することで空港の利便性を向上する「e エアポート」を実現することとしている。ワールドカップサッカー大会開催時には、成田空港を中心に、空港内及びアクセス交通を通じシームレスな高速インターネット接続環境を構築するとともに、リアルタイムなフライト情報と連動したアクセス交通機関情報の提供(英語でも情報提供)等に関する実証実験を実施する。】