

観光地における「観光情報」の発信能力の分析と評価  
—山形県内市町村の観光ポータルサイトの事例—

田 北 俊 昭

(山形大学人文学部法経政策学科)

岩 間 弘 親

(宮城県警察)

山形大学紀要（社会科学）第42巻第2号別刷

平成24年（2012）2月

リサイクル適性<sup>®</sup>(A)

この印刷物は、印刷用の紙へ  
リサイクルできます。

# 観光地における「観光情報」の発信能力の分析と評価 —山形県内市町村の観光ポータルサイトの事例—

田北俊昭

(山形大学人文学部法経政策学科)

岩間弘親

(宮城県警察)

## 1. はじめに

本研究では、対象エリア内の各自治体の観光ポータルサイトの「情報コンテンツ」の整備状況を確認した上で、各地の情報発信能力の比較検討するための方法を提案する。まずは、「観光情報」のコンテンツの分類および定義を行ない、各項目に対して、分析対象とする観光地の情報コンテンツの整備状況を調査する。次に、数量化Ⅲ類（分析手法については一般的ではあるため、田中・垂水（1995）等の数量化Ⅲ類等の文献を参照のこと）を用いて、「観光情報コンテンツ」の充実度指標を抽出した上で、各自治体の観光情報のコンテンツを比較検討する。今回は、対象地域を山形県内として、各市町村の観光情報発信の取り組みの市町村間の違いを明らかにする。

日本では、観光立国（国土交通省（2009））を総合的かつ計画的に推進するため、「国土交通省設置法等の一部を改正する法律」が2008年4月25日に成立し、2008年10月1日に国土交通省に観光庁が設置された。「観光立国推進基本計画」の中で、5つの基本計画として、「訪日外国人旅行者数を増やす」、「日本における国際会議の開催件数を増やす」、「日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数を増やす」、「日本人の海外旅行者数を増やす」、「国内における観光旅行消費額を増やす」ごとの数値目標が掲げられている。2003年4月には、2010年の訪日外国人旅行者数を1,000万人と具体的に設定する「ビジット・ジャパン・キャンペーン」等の計25項目の数値目標が設定され、計画対象を5年とし、3年後に見直ししながら進めるものであった。このような背景の下、インターネット社会における観光情報発信はとて重要になっており、インターネット利用は欠かせないものになりつつある。その方法についても、電子メールや情報検索、ネットショッピングなど多岐に渡っている。携帯電話を含めた携帯情報端末に対するコンテンツ市場（電子書籍、音楽配信、TwitterやFacebookといった情報サービス）の急成長に合わせ、各種情報を提供していくことが重要になっている。そこで、観光産業振興のため、観光情報やイベント情報、店舗・施設情報、地域団体情報や各種リンク情報等の地域別の観光ポータルサイトの評価分析を行うことは重要である。今回の分析では、分析対象エリアを山形県とし、各自治体間の観光情報コンテンツの発信能力に対して比較検討するが、

実際には、市町村によって「観光資源」自体の集積度は異なる。実際のところ、観光資源の集積度により、観光入り込み数や観光消費額が異なるとはいえ、「観光情報」の発信の活発さにより、観光客数や観光消費額は左右されるであろう。つまり、観光地にとって、入り込み数や消費額も重要ではあるが、観光推進事業にあわせて、各地の観光の情報発信能力をまずは把握することが重要なのである。

## 2. 評価分析方法

各地の情報発信能力を分析するために、観光ポータルサイトのコンテンツの評価分析を行う。そのためには、「調査範囲」および「対象地域」を決定し、各種情報（「アクセス地図」・「観光スポット」等）が提供されているかについて、市町村間の整備状況を比較検討する必要がある。次に、調査した情報コンテンツの整備状況のデータをもとに、数量化Ⅲ類を用いて、固有値・固有ベクトル問題を解き、抽出されるⅠ軸とⅡ軸のカテゴリ数量・サンプル数量を求め、観光地の情報コンテンツの「充実度指標」の解釈・評価を行っていく。

### 2. 1

対象地域の選定と各種観光資源について

対象地域について、まずは、「観光」を構成する具体的な「地域資源」として何が存在するかについて把握する。

表1で示されるように、地域資源として、自然観光資源、人文観光資源、複合型観光資源がある。

自然観光資源では、山岳や原野、河川、海岸等があり、人文観光資源では、史跡や年中行事、建造物や遊園地等があり、複合型観光資源では、歴史的景観や田園景観などがある。

分析対象となる山形県内の市町村についてその具体例を示したのが、表2である。山形市においては、山形城址や山寺立石寺等の観光名所や旧跡が存在し、紅花や山形牛、山形鋳物等の特産品や名物がある。新庄市については、鳥越八幡神社、旧矢作家住宅等の観光名所や旧跡、くじらもちや新庄東山焼等の特産品や名物が存在する。米沢市は、上杉神社や米沢城跡、米沢牛や米沢織、鶴岡市では、致道博物館、善法寺、御殿まりや庄内竿等がある。

表1 観光資源の分類

自然観光資源	人文観光資源Ⅰ	人文観光資源Ⅱ	複合型観光資源
山岳 高原 原野 湿原 湖沼 峡谷 滝 河川 海岸 岬 岩石・洞窟 動物 植物 自然現象	史跡 社寺 城跡 城郭 庭園・公園 歴史景観 年中行事 碑 像	橋 近代公園 建造物 注1) 観覧施設Ⅰ 注2) 観覧施設Ⅱ 注3) 観覧施設Ⅲ 注4) テーマパーク 遊園地	歴史景観 田園景観 郷土景観 都市景観
	注1) 建造物-都市建造物、産業観光施設、その他建造物 注2) 観覧施設Ⅰ-動物園、植物園 注3) 観覧施設Ⅱ-博物館、美術館 注4) 観覧施設Ⅲ-水族館		

出所：岡本（2001）

表 2. 山形県内における地域資源の概要

団体名	フリガナ	人口 注 1)	面積(km <sup>2</sup> )	名所 旧跡等	特産品 名物
山形市	ヤマガタシ	250348	381.34	山形城跡 山寺立石寺	紅花 山形牛 山形餅物
寒河江市	サカエシ	43354	139.08	慈恩寺 寒河江公園	さくらんぼ ッバラ
上市市	カミヤマシ	35154	240.95	上山城 斎藤茂吉記念館	干し柿 果物・ワイン
村山市	ムラヤマシ	28045	196.83	東沢バラ公園 最上徳内記念館	スイカ 手打ちそば
天童市	テンドウシ	62879	113.01	舞鶴山 若松寺	将棋駒・さくらんぼ
東根市	ヒガシネシ	46252	207.17	東根の大ケヤキ 黒伏山	さくらんぼ ラフランス
尾花沢市	オハナザワシ	20290	372.32	銀山温泉 養泉寺	スイカ そば
山辺町	ヤマハマチ	15552	61.36	県民の森 玉虫湖畔自然休養村	ニット手織じゅたん
中山町	ナカヤマチ	12514	31.23	岩谷十八夜観音 柏倉家住宅	スモモ・プラムワイン
河北町	カホクマチ	20765	52.38	紅花資料館 溝延城址	スリッパ 肉そば
西川町	ニシカワマチ	6822	393.23	磐梯朝日国立公園 長沼公園	月山細竹 キノコ
朝日町	アサヒマチ	8487	196.73	大沼浮島 佐竹家住宅	りんご ワイン
大江町	オホエマチ	9689	153.92	舟唄温泉 丸ムゲ植園 柳川温泉	ラフランス・りんご
大石田町	オオイシダマ	8741	79.59	歴史民俗資料館 虹ヶ丘公園	そば 漬物
新庄市	シンジョウシ	39814	223.08	鳥越八幡神社 旧矢作家住宅	くじもち 新庄東山焼
金山町	カナヤマチ	6759	161.79	楯山城址 竜馬山	金山杉 金山牛
最上町	モカミマチ	10602	330.27	赤倉温泉 瀬見温泉	前森牧場特産ハム ソーセージ
舟形町	フナガタマチ	6499	119.03	猿羽根山公園 小国川	鮎 長沢和紙
真室川町	マムロカワマチ	9740	374.29	真室川公園 高坂ダム	木材 山菜
大蔵村	オオクラムラ	4052	211.59	清水城址 肘折温泉	肘折こけし 地酒
鮭川村	サケカワムラ	5350	122.32	羽根沢温泉 庭月観音	きのこ 山菜
戸沢村	トサケムラ	5827	261.25	最上川県立自然公園	山菜 戸沢流冷麺
米沢市	メサケシ	88716	548.74	上杉神社 米沢城跡	米沢牛 米沢狸
長井市	ナガイシ	30222	214.69	あやめ公園 白つつじ公園	長井鮎 けん玉
南陽市	ナンヨウシ	34657	160.70	熊野大社 白滝湖	さくらんぼ・りんご
高畠町	タカハタマチ	26077	180.04	亀岡文殊 日向洞窟	まつたけ ラフランス ワイン
川西町	カウニシマチ	18243	166.46	ダリヤ園 遼筆堂文庫	酒 和菓子
小国町	オクニマチ	9411	737.55	大宮子易両神社 赤芝峡	山菜 ぶなようかん
白鷹町	シラタカマチ	16219	157.74	深山観音堂 薬師桜	深山和紙 白鷹鮎
飯豊町	イヘマチ	8529	329.60	白川ダム湖畔公園 源流の森	いいで牛・どぶろく
鶴岡市	ツルオカシ	140896	1311.51	致道博物館 善法寺	御殿まり 庄内竿
酒田市	サカシ	115009	602.79	土門拳記念館 山居倉庫	庄内米 清酒
三川町	ミカワマチ	7748	33.21	山の神のケヤキ 横山城跡	米・メロン 長ネギ
庄内町	シヨウナイマチ	24131	249.26	絵画収蔵館 亀ノ尾の里資料館	米 日本酒
遊佐町	ユサマチ	16678	208.41	鳥海山 三崎公園	庄内米 砂丘スイカ・メロン

注 1) 住民基本台帳人口 (H20版)より作成

このような「地域資源」自体のブランド力を高めて、その魅力を伝えることは重要である。まずは地域住民が自然や歴史・文化等に対して関心を持ち、他の地域に対して誇りを持ち発信したいという気持ちを育むこと大切である。口コミや、様々なマスメディアやインターネット等の情報通信手段によって、多くの人に知ってもらう必要がある。さらに進んで、観光客に旅行サービスとしての商品情報を伝えることも重要である。魅力を高めるためのツアー企画、音楽やミュージカルの創作、タレントの活用やユルキャラ等による情報発信など、心に訴えかけていくような様々な創造的なアイデアが必要なのである。今回の分析は、各観光地域の情報の発信がどの程度行われているかを評価し、訪問地全体のブランドを金額ベースで示す評価については、別の機会に譲ることにする。

2. 2

観光情報コンテンツ分類と山形県内の整備状況

『観光情報』のコンテンツは、「市町村案内情報」、「店舗・観光施設情報」、「顧客サービス情報」、「観光情報」、「携帯電話サイト情報」、「PR情報」、「その他情報」の7種類に分類できる。

「市町村案内情報」については、アクセス地図、観光マップ、連絡先、モデルコース、特産品案内等の『情報』があり、「店舗・観光施設情報」については、店舗名、営業時間、定休日、店舗PR、取扱商品、サービス情報、写真、地図、連絡先、HPアドレス、リンク等の『情報』がある。「顧客サービス情報」としては、カード事業、メルマガ、ネットクーポン、ネットショップ、「観光情報」としては、ホテル・旅館案内、お土産紹介、観光スポット等がある。「携帯電話サイト情報」としては、店舗情報、営業時間、最新情報、駐車場情報、イベント情報、お得情報、地図、クーポン、お知らせ等がある。「PR情報」としては、沿革、イベント情報、フォトギャラリー、その他がある。「その他情報」としては、特設コーナー、協会会員情報、BBS、外部サイトリンク等がある。そこで、山形県内の市町村の観光ポータルサイトにおける情報コンテンツの整備状況を示したのが、表4である。ここでは、各観光ポータルサイトを調査し、コ

表3. 観光情報コンテンツの分類

(1)市町村案内情報

アクセス地図	県外ないし県内からのその市町村までの交通手段
観光マップ	市町村内の観光案内を地図形式で示したもの
連絡先	観光情報に関する質問の連絡先。TEL・メールアドレスどちらでも可とする
モデルコース	観光資源 観光施設の巡り方の提案
特産品案内	市町村の特産品の案内

(2)店舗・観光施設情報

店舗名	店舗・施設の名称
営業時間	店舗・施設の営業時間
定休日	店舗・施設の定休日
店舗PR	店舗・施設の紹介文
取扱商品	店舗・施設で取り扱う商品・展示品など
サービス情報	店舗・施設紹介に掲載されるクーポン サービス情報
写真	店舗・施設の写真・画像
地図	店舗・施設の場所の図示
連絡先	店舗・施設の連絡先
HPアドレス	店舗・施設のHPアドレス（リンクなしを対象とする）
リンク	店舗・施設のHPにアクセスできるリンク（リンクが繋がっている場合、HPアドレスも記している）と仮定

(3)顧客サービス情報

カード事業	一定地域で使用できるポイントカードの案内
メルマガ	登録することによって定期購読できるメルマガジン
ネットクーポン	印刷することによって使用可能なクーポンの紹介
ネットショップ	ネット上で特産品を購入できるサービス

(4)観光情報

ホテル 旅館案内	宿泊施設の紹介
お土産紹介	市町村独自のお土産ないし購入場所の紹介
観光スポット	観光資源 観光施設の一覧の紹介

(5)携帯電話サイト情報

店舗情報	店舗・施設の紹介
営業時間	店舗・施設の営業時間
最新情報	市町村の最新情報
駐車場情報	駐車場の案内
イベント情報	市町村のイベントの案内
お得情報	期間限定のサービス情報
地図	市町村へのアクセス情報
クーポン	携帯クーポンの紹介
お知らせ	市町村の最新情報

(6)PR情報

沿革	市町村の包括的信息 歴史的沿革
イベント情報	市町村のイベントの案内
フォトギャラリー	店舗・施設紹介とは別に、市町村の風景を写真によって紹介する独立したコンテンツ
その他	独自性が強く、分類が困難なコンテンツ

(7)その他情報

特設コーナー	時期限定の要素を持つコンテンツ
協会会員情報	サイトを運営する観光協会の情報
BBS	情報交換用の掲示板
外部サイトリンク	外部サイトへのリンク集（バナー含む）

コンテンツの整備状況を確認し、コンテンツの有無を1と0で表記している。

調査対象地域である山形県内市町村の数は35市町村であるが、観光に関する情報コンテンツを持たない自治体が1件あるため、調査対象観光ポータルサイト数は34市町村となる。自治体ないし観光協会で観光ポータルサイトは開設していないが、行政サイト内に観光カテゴリを作成し、観光情報発信を行っている自治体が10件あるが、本研究では調査対象に含めている。市

表4. 調査対象の観光情報コンテンツ整備状況

	市町村案内情報			店舗・観光施設情報							顧客サービス情報			観光情報			携帯電話サイト情報			PR情報			その他情報			計													
	アクセス地図	観光マップ	連絡先	モテルコース	特産品案内	店舗名	営業時間	定休日	店舗P	取扱い商品	サービス情報	写真	地図	連絡先	HPアドレス	リンク	カード事業	メルマガ	ネットショップ	ホテル旅館案内	お土産紹介	観光スポット	店舗情報	営業時間	最新情報		駐車場情報	イベント情報	お得意情報	地図	お知らせ	浴	泊	イベント情報	フォトギャラリー	その他	特設コーナー	協会会員情報	BBS
<b>村山地域</b>																																							
山形市	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	17
寒河江市	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	16
上山市	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	19	
村山市	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	15
天童市	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	21	
東根市	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	23
尾花沢市	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	17
山辺町	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	9	
中山町	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11
河北町	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	16
西川町	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	18
朝日町	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	7	
大江町	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	14	
大石田町	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
<b>最上地域</b>																																							
新庄市	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	14	
金山町	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	12	
最上町	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	15	
舟形町	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	7	
真室川町																																							
大蔵村	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11
鮭川村	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	7	
戸沢村	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
<b>置賜地域</b>																																							
米沢市	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	21	
長井市	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	15
南陽市	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	16
高島町	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	19
川西町	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	17	
小国町	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	15	
白鷹町	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	13	
飯豊町	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	26	
<b>庄内地域</b>																																							
鶴岡市	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	21	
酒田市	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	22	
三川町	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	8	
庄内町	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	12
遊佐町	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	13	
計	30	20	34	9	28	28	17	18	15	15	1	22	3	27	6	6	0	2	0	3	26	24	34	5	2	10	0	6	0	0	25	10	29	5	2	8	11	0	26

町村案内情報の中で特に掲載が多いのは、連絡先を除くと、アクセス情報である。アクセス情報は30件、88%と多くのサイトに掲載されている。さらに特産品案内のコンテンツも28件、82%と多くのサイトが有している。

#### （1）店舗・施設情報

「店舗・施設情報」としては、観光地内の店舗を名称入りで個別紹介しているサイトは28件の82%である。そのうち、22件のサイトでは写真や画像を使って店舗（商品）・施設を紹介している。店舗・施設側からのPR文や紹介文を掲載し紹介しているサイトは22件中15件であった。店舗・施設のHPアドレスを載せているサイトは6件、17%と少なかった。アドレスを載せて紹介しているサイトは、全てアドレスに直接リンクを貼り付けており、HPアドレスとリンクのコンテンツ数は同じとなっている。

#### （2）顧客サービス情報

「顧客サービス情報」では、最も多いコンテンツは、ネットショップの3件となっていて、数は絶対的に少なくなっている。HPアドレスのリンクが6件と少なかった所からも併せて考えると、全体的に紹介のみに留まっていて、その先の店舗・施設へのリンクやネットショップでの購買といった要素に結びつけていない傾向が見られる。ネットショップを掲載していた観光ポータルサイトは、将棋駒をはじめとして特産品を販売する天童市、地域のお土産品を販売する東根市、該当する特産品をクリックすると商品を販売している店舗のネットショップページへ直接リンクすることができる長井市の3件であった。

#### （3）観光情報

「観光情報」としては、観光情報カテゴリの中では比較的掲載しているサイトが少ないお土産情報で24件、70%、観光スポット紹介のコンテンツに限っては34件すべてのサイトがコンテンツを掲載している。観光誘致の大きい要素となることが考えられるホテル・旅館案内は26件、76%のサイトが掲載していた。

#### （4）携帯電話サイト情報

「携帯電話サイト情報」については、携帯電話に対応しているサイトを有している自治体は9件で、どれもパソコン用ウェブサイトの簡易版となっている。他の25件は携帯サイトでは公から発信する観光情報は確認することができないという状況だった。携帯サイト9件のうち、店舗・施設情報といった詳しい観光情報まで掲載しているのは5件あったが、携帯サイトのコンテンツは全てが文章のみで構築されていて、画像や写真を使ったコンテンツはなかった。

#### （5）PR情報

「PR情報」に関しては、季節の祭りやイベントの時期を掲載するイベント情報が29件、85%で最も多く、次に観光地の最新情報を順次掲載していくお知らせが25件、74%と多く設置されていた。自治体の歴史的背景を掲載する沿革が10件、30%となっている。フォトギャラ

リーは5件、15%あるが、西川町のみ写真を壁紙としてダウンロードできるという試みを行っていた。カテゴリ化できないその他のコンテンツを有しているサイトは3件あり、米沢市が上杉神社のWEBカメラのコンテンツ、小国町が周辺道路の路面状況のWEBカメラと郷土料理レシピのコンテンツ、最上町が職員によるブログコンテンツを設置していた。常設ではない、一時的コンテンツの特設コーナーを設置しているサイトは6件あったが、そのうち4件がNHK大河ドラマ「天地人」に関してであり、2件がアカデミー賞受賞映画「おくりびと」に関してであった。

#### (6) その他情報

「その他情報」に関しては、運営する観光協会に関する情報や会員情報に関して掲載する協会会員情報を載せるサイトが11件、関係サイトへの外部リンクを掲載しているサイトが11件であった。

### 2. 3 『観光情報』のコンテンツ整備の度合いからみた充実度指標の抽出

『観光情報』のコンテンツの整備の状況を把握するために、数量化Ⅲ類を用いる。「観光コンテンツ」の県内市町村の整備状況の平成22年1月調査に基づき、掲載されているコンテンツとその嗜好パターンについての実態について把握を行う。

#### (1) 固有値・固有ベクトル

表4の県内市町村の「観光コンテンツ」の整備状況データを用いて、固有値問題を解き、固有値・固有ベクトルを導きだし、抽出されたⅠ軸とⅡ軸のカテゴリ数量・サンプル数量を求め、得られた各地の充実度指標の解釈・評価を行う。固有値は最も大きい1を除き、2つの固有値0.1857、0.1315を得ることができた。これら2つの固有値から固有ベクトルを求めると、表5のようになった。

#### (2) 観光地の「情報コンテンツ」の各指標からみた情報の充実度

調査した観光情報コンテンツ整備状況のデータから導き出した固有値・固有ベクトルを用いてカテゴリ数量・サンプル数量を求め、それぞれ解釈していく。その結果は表6、

表5. 固有値・固有ベクトル

固有値	0.1857	0.1315
t1	-0.1891	-0.1085
t2	-0.2815	-0.1506
t3	-0.1508	-0.0655
t4	-0.0194	-0.1905
t5	-0.1032	0.0314
t6	-0.0388	-0.0559
t7	0.1303	-0.0283
t8	0.1060	-0.0358
t9	0.0081	-0.0478
t10	-0.0277	0.0915
t11	0.1344	-0.3885
t12	-0.0713	-0.0069
t13	-0.0341	0.0026
t14	-0.0110	-0.0378
t15	0.2064	0.3376
t16	0.2064	0.3376
t17	-0.0259	-0.0643
t18	0.0824	0.1828
t19	0.1790	0.1814
t20	0.0164	0.0277
t21	-0.1452	-0.0321
t22	-0.0325	0.1066
t23	-0.1508	-0.0655
t24	0.3685	-0.1553
t25	0.1587	-0.3479
t26	0.2934	0.0117
t27	-0.1239	-0.0031
t28	0.2724	0.0325
t29	0.1489	0.1930
t30	0.2716	-0.2298
t31	0.2716	-0.2298
t32	-0.0761	0.0845
t33	0.1926	0.1010
t34	-0.0531	-0.0106
t35	-0.0605	0.1166
t36	0.1120	0.0907
t37	0.2347	-0.1445
t38	-0.0048	0.2897
t39	-0.0513	0.0112
t40	0.0167	0.0798

表7のようになった。固有値が0.1857のカテゴリ数量・サンプル数量を示すI軸、固有値が0.1315のカテゴリ数量・サンプル数量を示すII軸から構成される。カテゴリ数量を数値が高い順番に並び替えると表8のようになる。

(a) カテゴリ数量I軸の解釈

カテゴリ数量のI軸を見ると、上位には、手軽にどこからでも確認できる「携帯サイト情報」や、クーポン情報のコンテンツが多く見られることから「ユビキタス」性が強いといえる。つまりI軸においてはカテゴリ数量が大きいほど、観光地に行く移動中や観光地の移動、モバイル端末などによって検索できるような観光地情報であり、観光行動をより充実させるコンテ

表6. カテゴリ数量

アクセス地図	-0.0345	アクセス地図	-0.0198
観光マップ	-0.0629	観光マップ	-0.0337
連絡先	-0.0259	連絡先	-0.0112
モデルコース	-0.0065	モデルコース	-0.0635
特産品案内	-0.0195	特産品案内	0.0059
店舗名	-0.0073	店舗名	-0.0106
営業時間	0.0316	営業時間	-0.0069
定休日	0.0250	定休日	-0.0084
店舗PR	0.0021	店舗PR	-0.0123
取扱い商品	-0.0072	取扱い商品	0.0236
クーポン情報	0.1344	クーポン情報	-0.3885
写真	-0.0152	写真	-0.0015
地図	-0.0197	地図	0.0015
連絡先	-0.0021	連絡先	-0.0073
HPアドレス	0.0843	HPアドレス	0.1378
リンク	0.0843	リンク	0.1378
カード事業	-0.0259	カード事業	-0.0643
メルマガ	0.0583	メルマガ	0.1293
ネットクーポン	0.1790	ネットクーポン	0.1814
ネットショップ	0.0095	ネットショップ	0.0160
ホテル・旅館案内	-0.0285	ホテル・旅館案内	-0.0063
お土産紹介	-0.0066	お土産紹介	0.0218
観光スポット	-0.0259	観光スポット	-0.0112
店舗情報	0.1648	店舗情報	-0.0695
営業時間	0.1122	営業時間	-0.2460
最新情報	0.0928	最新情報	0.0037
駐車場情報	-0.1239	駐車場情報	-0.0031
イベント情報	0.1112	イベント情報	0.0133
マル得情報	0.1489	マル得情報	0.1930
地図	0.2716	地図	-0.2298
クーポン	0.2716	クーポン	-0.2298
お知らせ	-0.0152	お知らせ	0.0169
沿革	0.0609	沿革	0.0319
イベント情報	-0.0099	イベント情報	-0.0020
フォトギャラリー	-0.0271	フォトギャラリー	0.0521
その他	0.0792	その他	0.0641
特設コーナー	0.0830	特設コーナー	-0.0511
協会会員情報	-0.0014	協会会員情報	0.0874
BBS	-0.0363	BBS	0.0079
外部サイトリンク	0.0033	外部サイトリンク	0.0157
I軸		II軸	

表7. サンプル数量

山形市	0.0585	山形市	-0.1459
寒河江市	0.0014	寒河江市	0.0408
上山市	0.0159	上山市	-0.0075
村山市	-0.0204	村山市	0.0115
天童市	0.0392	天童市	-0.0389
東根市	0.0271	東根市	0.0581
尾花沢市	-0.0310	尾花沢市	-0.0108
山辺町	-0.0354	山辺町	0.0226
中山町	-0.0477	中山町	-0.0430
河北町	-0.0301	河北町	0.0149
西川町	-0.0132	西川町	-0.0050
朝日町	-0.0642	朝日町	-0.0217
大江町	-0.0302	大江町	-0.0028
大石田町	-0.0169	大石田町	-0.0127
新庄市	-0.0381	新庄市	-0.0132
金山町	-0.0416	金山町	-0.0134
最上町	-0.0171	最上町	0.0278
舟形町	-0.0614	舟形町	0.0135
大蔵村	-0.0496	大蔵村	-0.0344
鮭川村	-0.0646	鮭川村	-0.0373
戸沢村	-0.0824	戸沢村	-0.0454
米沢市	0.0779	米沢市	0.0681
長井市	-0.0539	長井市	-0.0012
南陽市	-0.0316	南陽市	0.0060
高島町	0.0648	高島町	0.0725
川西町	0.1182	川西町	-0.0863
小国町	-0.0090	小国町	-0.0200
白鷹町	0.0057	白鷹町	-0.0164
飯豊町	0.0252	飯豊町	0.0320
鶴岡市	-0.0113	鶴岡市	-0.0242
酒田市	0.0236	酒田市	0.0391
三川町	-0.0481	三川町	-0.0020
庄内町	-0.0362	庄内町	-0.0022
遊佐町	-0.0059	遊佐町	0.0340
I軸		II軸	

ンツである。カテゴリ数量が小さければ、観光の計画段階である自宅などの固定的な場所から観光地の情報を採るような基本的な情報コンテンツである。基本情報である観光マップやホテル・旅館案内、アクセス地図は、観光中に検索するのではなく、事前に調査する計画段階の情報コンテンツであるといえる。

(b) カテゴリ数量Ⅱ軸の解釈

Ⅱ軸を見ると、数値が高いほど「マルチメディア」性が強いコンテンツの傾向があるといえる。上位にリンク・HPアドレス・メルマガなど、観光地紹介に観光ポータルサイトの特性であるウェブページ独特の機能をうまく組み合わせたコンテンツや、フォトギャラリー・画像を伴った歴史的沿革など文章・画像をミックスしたコンテンツなどの、単一的な観光地紹介に留まらない、様々な種類の情報を組み合わせたコンテンツが多くある。逆に下位には

携帯コンテンツが多く並んでいる。モバイル端末からも情報を検索できるという意味では先進性を持つコンテンツであると考えられるが、中身の方に目を向けると携帯サイトはほとんどがPCサイトの簡易版であり、ほとんどが文章でのみで構成されているため、上位のコンテンツとは逆に画像やリンクなどのウェブページ機能の組み合わせを活かせていないことが数値の低い要因と考えられる。また、サンプル数量を数値順に並び替えると表9のようになる。

(c) サンプル数量Ⅰ軸の解釈

サンプル数量のⅠ軸を見ると、全体的に「市」が上位にあり、「町」・「村」の順に下位に分布する傾向があることがわかる。前述したようにカテゴリ数量のⅠ軸の値は「ユビキタス」性であると考えられるため、「町」や「村」よりもより大きい自治体である「市」の方が比較的上位にあるということは、自治体としての規模が大きいほど、ユビキタス性、つまりは情報

表8. 数値順に並び替えたカテゴリ数量

携帯地図	0.2716	お得情報	0.1930
携帯クーポン	0.2716	ネットクーポン	0.1814
ネットクーポン	0.1790	リンク	0.1378
携帯店舗情報	0.1648	HPアドレス	0.1378
お得情報	0.1489	メルマガ	0.1293
クーポン情報	0.1344	協会会員情報	0.0874
携帯営業時間	0.1122	その他	0.0641
携帯イベント情報	0.1112	フォトギャラリー	0.0521
携帯最新情報	0.0928	沿革	0.0319
HPアドレス	0.0843	取扱い商品	0.0236
リンク	0.0843	お土産紹介	0.0218
特設コーナー	0.0830	携帯お知らせ	0.0169
その他	0.0792	ネットショップ	0.0160
沿革	0.0609	外部サイドリンク	0.0157
メルマガ	0.0583	携帯イベント情報	0.0133
営業時間	0.0316	BBS	0.0079
定休日	0.0250	特産品案内	0.0059
ネットショップ	0.0095	最新情報	0.0037
外部サイドリンク	0.0033	地図	0.0015
店舗PR	0.0021	写真	-0.0015
協会会員情報	-0.0014	イベント情報	-0.0020
店舗連絡先	-0.0021	駐車場情報	-0.0031
モデルコース	-0.0065	ホテル・旅館案内	-0.0063
お土産紹介	-0.0066	営業時間	-0.0069
取扱い商品	-0.0072	店舗施設連絡先	-0.0073
店舗名	-0.0073	定休日	-0.0084
イベント情報	-0.0099	店舗名	-0.0106
お知らせ	-0.0152	観光スポット	-0.0112
写真	-0.0152	運営連絡先	-0.0112
特産品案内	-0.0195	店舗PR	-0.0123
地図	-0.0197	アクセス地図	-0.0198
運営連絡先	-0.0259	観光マップ	-0.0337
カード事業	-0.0259	特設コーナー	-0.0511
観光スポット	-0.0259	モデルコース	-0.0635
フォトギャラリー	-0.0271	カード事業	-0.0643
ホテル・旅館案内	-0.0285	携帯店舗情報	-0.0695
アクセス地図	-0.0345	携帯地図	-0.2298
BBS	-0.0363	携帯クーポン	-0.2298
観光マップ	-0.0629	携帯営業時間	-0.2460
Ⅰ軸		Ⅱ軸	

をよりいつでもどこでも手軽に観光客に提供できる先進性を重視する傾向がある。

(d) サンプル数量Ⅱ軸の解釈

Ⅱ軸の数値は前述したように「マルチメディア」性という「文字」・「画像」・「音声」を使用した様々な「情報」の利用度に関しての数値である。やはり「村」は数値が低い傾向にあるものの、Ⅰ軸と比べては自治体の規模に関わらず「市」・「町」・「村」が分布している。マルチメディア性が強いコンテンツというのは、いかに情報をうまく組み合わせるコンテンツを作成するかであり、いわば各自治体の創意工夫によって影響されるものであるため、Ⅰ軸のユビキタス性という技術の先進性に関するものと比べて、自治体の規模などには左右されていないのだと捉えられる。自治体の規模としては大きい山形市がⅡ軸において特に数値が低いのは、山形市の観光ポータルサイトは紹介する観光資源・観光施設は多いものの、その数が多いゆえに一つ一つの情報は文章だけで構成されていて画像・リンクといった情報が存在しないなど、マルチメディア性には乏しいコンテンツとなっていることが要因になっている。

表9. 数値順に並び替えたサンプル数量

川西町	0.1182	高島町	0.0725
米沢市	0.0779	米沢市	0.0681
高島町	0.0648	東根市	0.0581
山形市	0.0585	寒河江市	0.0408
天童市	0.0392	酒田市	0.0391
東根市	0.0271	遊佐町	0.0340
飯豊町	0.0252	飯豊町	0.0320
酒田市	0.0236	最上町	0.0278
上市市	0.0159	山辺町	0.0226
白鷹町	0.0057	河北町	0.0149
寒河江市	0.0014	舟形町	0.0135
遊佐町	-0.0059	村山市	0.0115
小国町	-0.0090	南陽市	0.0060
鶴岡市	-0.0113	長井市	-0.0012
西川町	-0.0132	三川町	-0.0020
大石田町	-0.0169	庄内町	-0.0022
最上町	-0.0171	大江町	-0.0028
村山市	-0.0204	西川町	-0.0050
河北町	-0.0301	上市市	-0.0075
大江	-0.0302	尾花沢市	-0.0108
尾花沢市	-0.0310	大石田町	-0.0127
南陽市	-0.0316	新庄市	-0.0132
山辺町	-0.0354	金山町	-0.0134
庄内町	-0.0362	白鷹町	-0.0164
新庄市	-0.0381	小国町	-0.0200
金山町	-0.0416	朝日町	-0.0217
中山町	-0.0477	鶴岡市	-0.0242
三川町	-0.0481	大蔵村	-0.0344
大蔵村	-0.0496	鮭川村	-0.0373
長井市	-0.0539	天童市	-0.0389
舟形町	-0.0614	中山町	-0.0430
朝日町	-0.0642	戸沢村	-0.0454
鮭川村	-0.0646	川西町	-0.0863
戸沢村	-0.0824	山形市	-0.1459
Ⅰ軸		Ⅱ軸	

3. 観光地別の『観光情報』のコンテンツの充実度に関する総合評価

ここでは、表8と表9の2種類のカテゴリ数量・サンプル数量の関係について、それぞれ散布図を描いて、各地の情報コンテンツの充実度の比較検討を行う。これらの図は、図1と図2である。

(1) カテゴリ数量における散布図の解釈

前述したように、Ⅰ軸は「ユビキタス性」を表す充実度指標であり、Ⅱ軸はコンテンツの「マルチメディア性」を表す充実度指標である。全体的な傾向として、観光地の紹介に関する基本的な情報コンテンツはⅠ軸・Ⅱ軸ともに0に近い数値がほとんどであり、基本的情報はユ

ビキタス情報としてもマルチメディア情報として良くも悪くも特色を持たない普遍的情報コンテンツであることを示している。散布図の中で顕著な数値を示しているものとしては、I軸の数値は大きいがII軸の数値が極めて小さい携帯コンテンツである。これは携帯コンテンツが携帯電話などのモバイル端末によって検索される情報であるため、ユビキタス性は高いが、観光ポータルサイトの簡易版であるゆえに、コンテンツの中身は文章だけの単一的な情報でありマルチメディア性に欠けているという特徴を表している。ネットクーポン・HPアドレス・リンクなどはI軸・II軸ともに高い数値を出している。ネットクーポンなどは携帯コンテンツではないことから、一見するとI軸の値が高いことには違和感を覚えるが、計画段階より後に移動中や観光地現地でより詳しい情報を知るために検索されることが多い情報と捉えると、I軸の値が高いことも納得できる。フォトギャラリーやその他といったコンテンツは解像度の高い画像やWEBカメラを使ったコンテンツであるためにマルチメディア性は高いが、そのコンテン

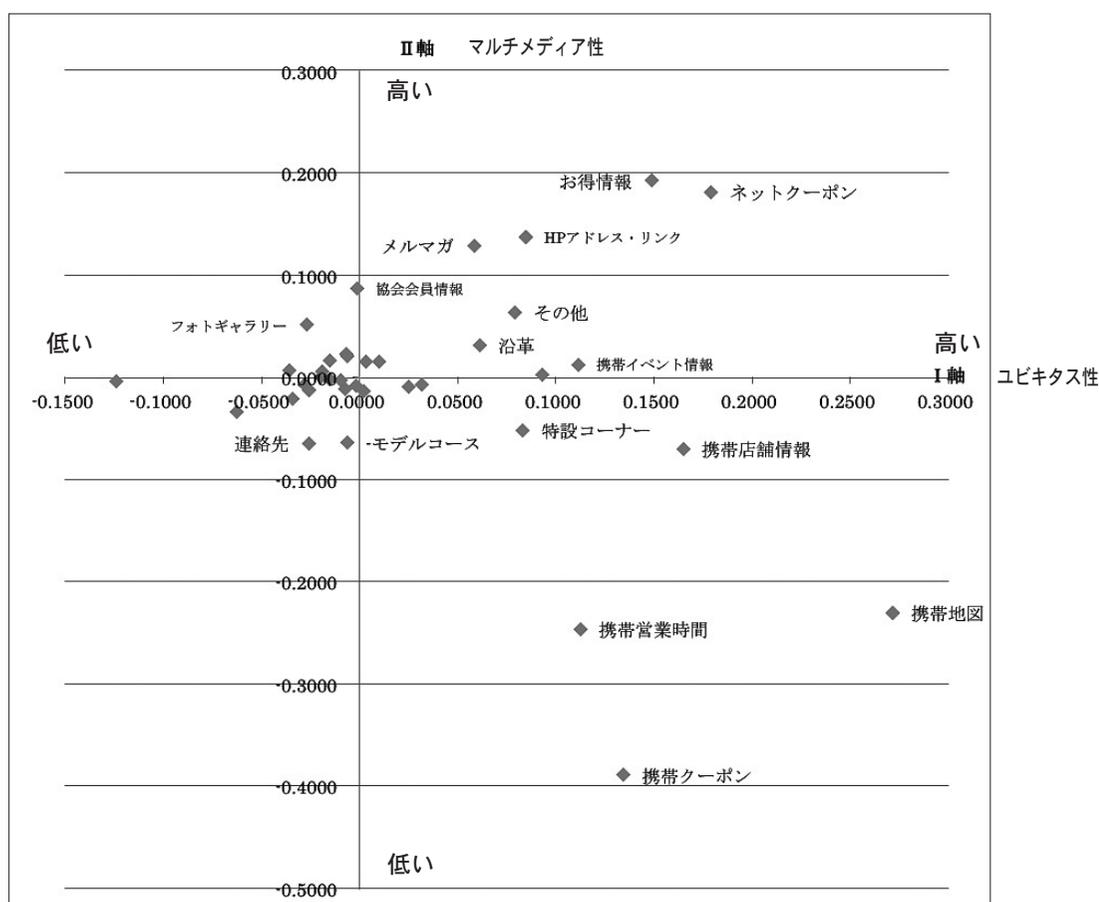


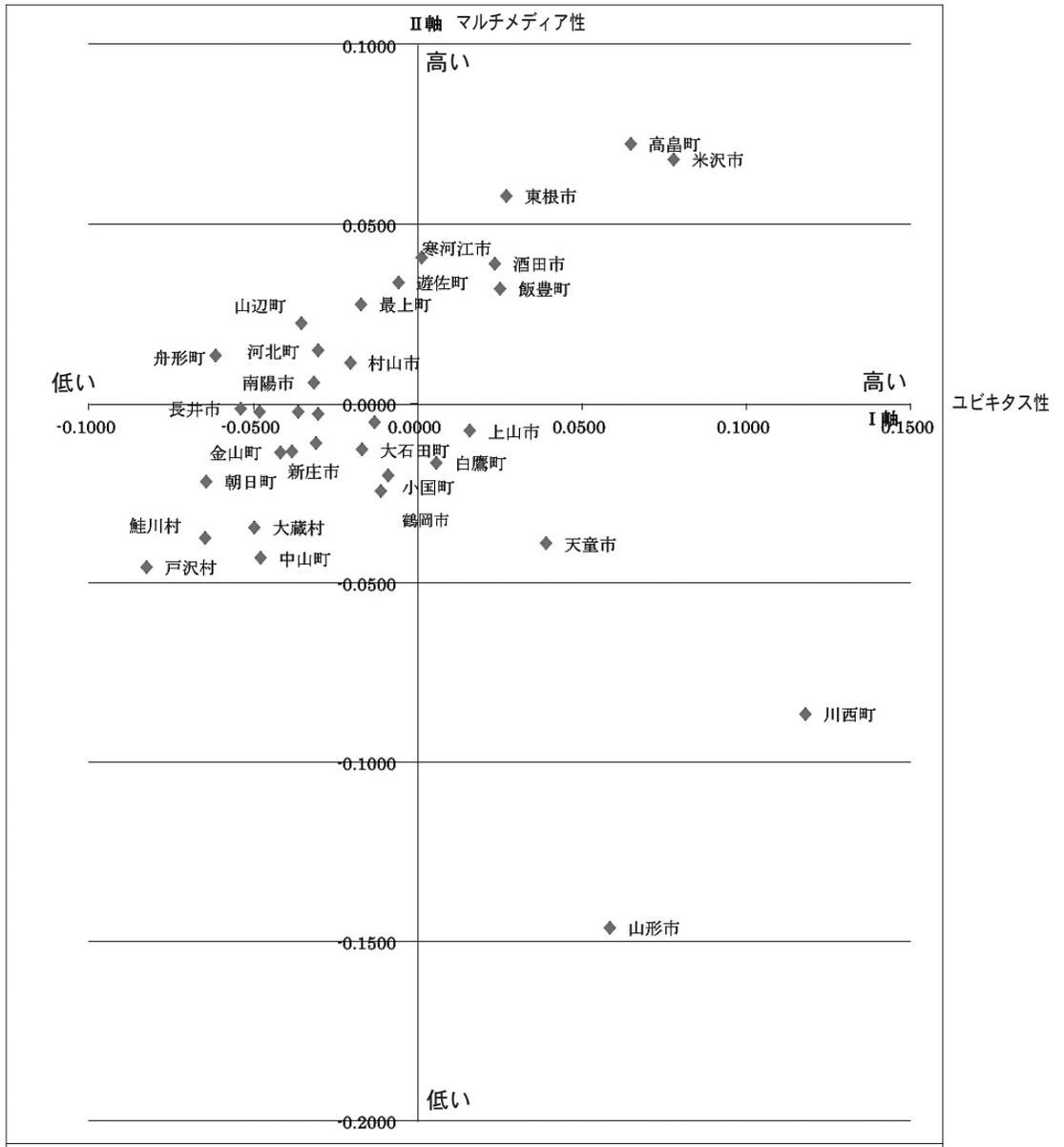
図1. カテゴリー数量に関する散布図

ツを現段階ではモバイル端末で掲載するのは難であるという意味で、Ⅱ軸が比較的高めになっているといえる。

## （2）サンプル数量における散布図の解釈

全体としては左下から右上にかけて県内の市町村が分布している。傾向としては一軸・Ⅱ軸がともに高い右上に「市」が、そこから左下にかけて「町」・「村」が多くなっていく傾向にあることがわかる。このことから市町村の規模が大きいほど、観光ポータルサイトのコンテンツ内容は充実している傾向があると言える。散布図の中で、特に数値が際立っているのは「山形市」である。山形市は観光ポータルサイトの携帯版も設けていることから、Ⅰ軸のユビキタス性については高い数値を示しているが、Ⅱ軸のマルチメディア性については極めて低い数値である。これは、山形市の観光ポータルサイトが、自治体の規模ゆえに特に多くの観光資源・施設を掲載していることが要因となっていると考えられる。山形市の観光ポータルサイトの場合、掲載されている店舗・施設数は多いがその店舗・施設の紹介が文章だけであり画像やリンクなどを交えていない点、フォトギャラリーやその他コンテンツといった画像や文章を組み合わせたコンテンツが存在しない点から、マルチメディア情報の値であるⅡ軸の数値が低くなっていると捉えられる。Ⅰ軸・Ⅱ軸の値がともに高い市町村としては「米沢市」・「高島町」・「東根市」・「酒田市」・「飯豊町」が挙げられる。この5つの市町村は観光ポータルサイトのモバイル版を運営していることや、PCサイト上で紹介する店舗・施設のHPアドレス・リンクを設置しているなど、単一的な情報の発信に留まらないコンテンツを設置していることからⅠ軸・Ⅱ軸ともに高い数値を出している。特に「高島町」・「飯豊町」はⅠ軸ないしⅡ軸の数値が高い自治体は「市」が多い傾向にある中で、「町」でありながらⅠ軸・Ⅱ軸ともに高い数値を出している点で非常に全体の中でも際立っている。この「山形市」や「高島町」・「飯豊町」のように市町村の規模に左右されない数値を持つ自治体が出てくるのは、観光ポータルサイトが持つ「インターネット上の観光情報発信」という特徴が反映していることが考えられる。チラシやマスメディアを使った広告とは違って、インターネット上での情報発信には費用が比較的成本がかからず、情報発信が手軽であるという特徴がある。つまり観光ポータルサイト上では、発信する情報の内容が市町村の規模によって差が生じないという要素が生じる。規模が大きい市町村であれば観光ポータルサイト上で発信する情報量も多くなり、コンテンツも充実する傾向にあると思われるが、規模が比較的小さい市町村であっても、Ⅱ軸のマルチメディア性のように、情報の組み合わせによってコンテンツを充実させることが十分可能である。観光ポータルサイトが持つ、コンテンツの充実度が自治体の規模に左右されないという特徴が反映した結果が、「山形市」「高島町」「飯豊町」の数値であると考えられる。

図2. サンプル数量に関する散布図



#### 4. おわりに

対象地域を山形県内市町村に定め、対象地域の観光ポータルサイトのコンテンツの整備状況を調査・把握したうえで、固有値問題を解き各種充実度指標を解釈・分析した。分析の結果、以下のようなことがわかった。

(1) 分析対象ごとの嗜好パターンを見ると、観光スポットの紹介、アクセス地図といった観光に関する基本的な情報は多くのサイトが掲載している。しかしフォトギャラリーやモデルコースといった、基本的情報を組み合わせて形成される応用的な情報コンテンツに関しては、設置している市町村は非常に少なく、応用的な情報発信といえる携帯サイトを作成している市町村も少ないため、多くの市町村が基本的な観光情報の発信に終始していると言える。

(2) 分析対象の整備状況から固有値問題を解き、カテゴリ数量・サンプル数量のⅠ軸・Ⅱ軸を求めて充実度指標を得た結果、Ⅰ軸の数値が高ければ、移動中もしくは観光地その場で情報を検索し、観光を充実させるための情報サービスとして役立つような「ユビキタス性」が高いコンテンツであるという解釈が得られた。Ⅱ軸の数値に対しては、数値が高いほど、ウェブページ独特の機能を利用したコンテンツや、文章と画像を組み合わせたコンテンツなどの、単一的な情報発信に留まらない、様々な種類の情報を組み合わせた「マルチメディア性」が高いという解釈が得られた。

(3) 得られた充実度指標を用いて対象市町村を評価した結果、全体の傾向としては、Ⅰ軸・Ⅱ軸の数値が高いものには「市」が多く、数値が下がっていくにつれて「町」や「村」が多くなっていくという結果となった。しかし、山形市のようにⅡ軸の値が極めて少ない市もあれば、「高島町」・「飯豊町」のように「町」であってもⅠ軸・Ⅱ軸の数値が高い町もあるなど、市町村によって特色があるという傾向も出ている。これは観光ポータルサイトにおける情報発信が自治体の規模だけによって左右されるものではなく、サイトを運営する側の創意工夫によっても大きく違いが出る特徴を持つということが反映された結果であると考えられる。

田北および岩間は共同研究を行っており、田北が、観光情報の評価プロジェクトの全体の総括と分析手法の提案、分析結果の整理および解釈を行った。岩間は、データの計算、結果の整理を中心に行った。

#### 参考文献

国土交通省（2009）：平成21年度版『観光白書』

岡本伸之（2001）：『観光学入門』，有斐閣アルマ

田中豊・垂水共之（1995），「数量化Ⅲ類」，統計解析ハンドブック『多変量解析』，共立出版社

## Analysis and Evaluation of sightseeing Information Generation : Cases of sightseeing portal site in Yamagata

Toshiaki TAKITA  
(Yamagata University)

and

Hirochika IWAMA  
(Miyagi Prefectural Police Department)

This paper proposes one way of analyzing and evaluating sightseeing information based on portal sites among various regions. First, we define specific items to characterize sightseeing information. Second, using Hayashi's quantification methods III, we evaluate the sightseeing information power from each city, town and village in Yamagata. Finally, we can make the conclusion that Takahata-town and Yonezawa-city each have excellent sightseeing portal sites.