

観光客と観光案内標識

求められるシステム化
いつ、どこで何の情報をどのように提供するか

2004年7月16日 淑徳大学講師 廻洋子

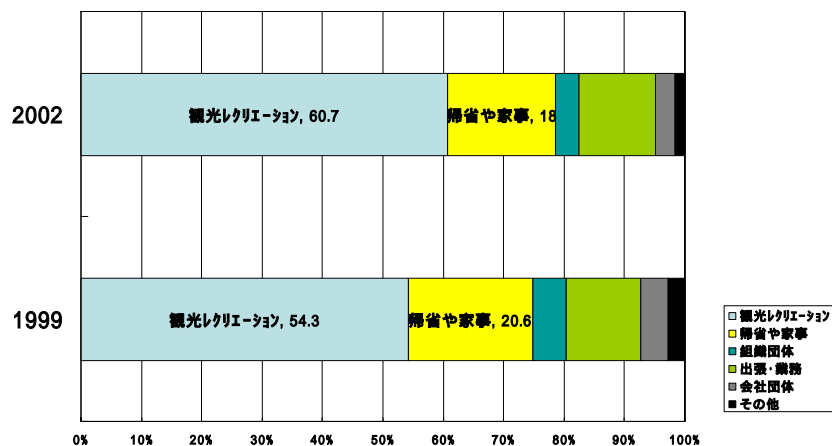
1. 観光客の動向

国内旅行者の半数は
自家用車利用

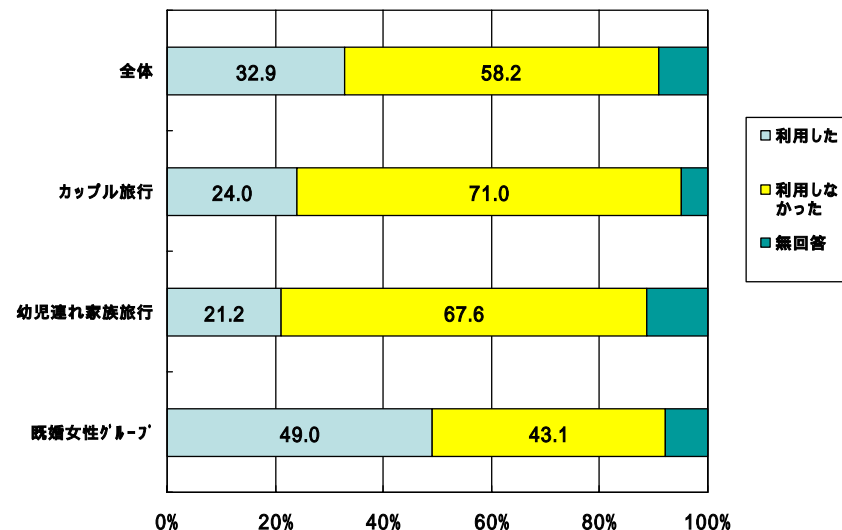
1. 観光客の動向

団体旅行から個人旅行へ

旅行形態による区分



旅行会社の利用率

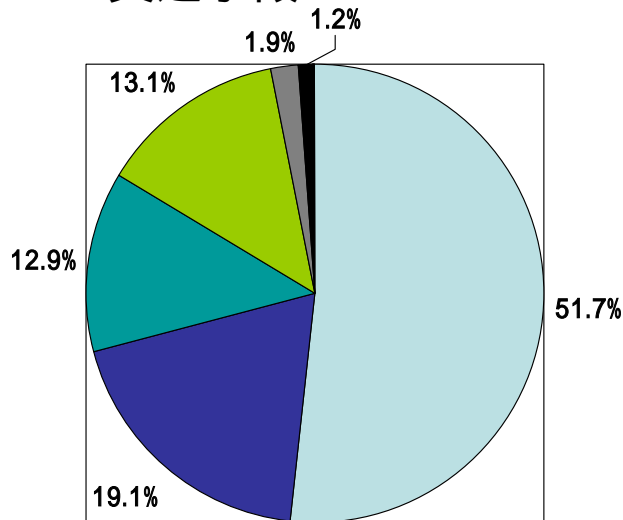


資料:財団法人日本交通公社「旅行動向2003」

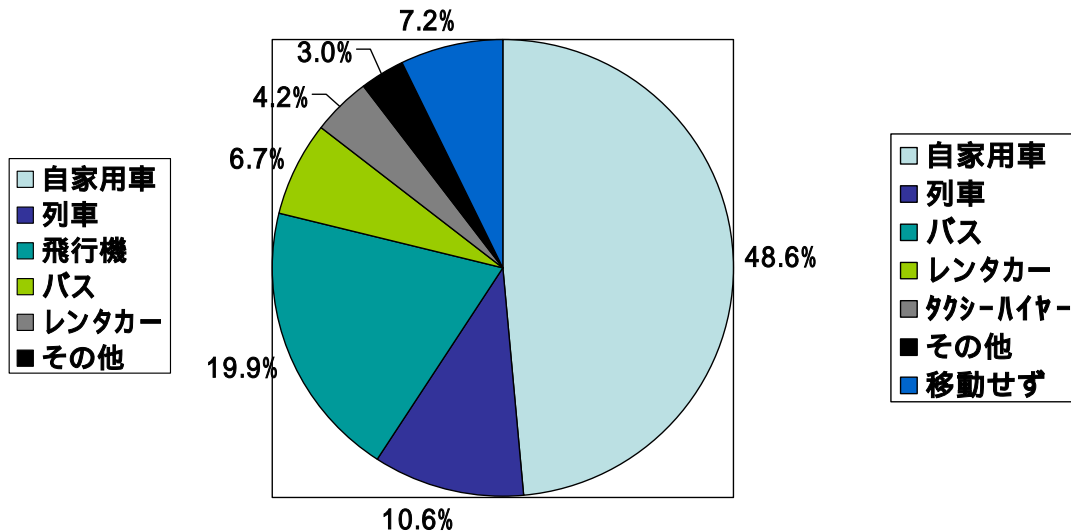
1. 観光客の動向

国内旅行の半数は自家用車利用 利便性、費用、プライベート空間確保

目的地までの主な交通手段



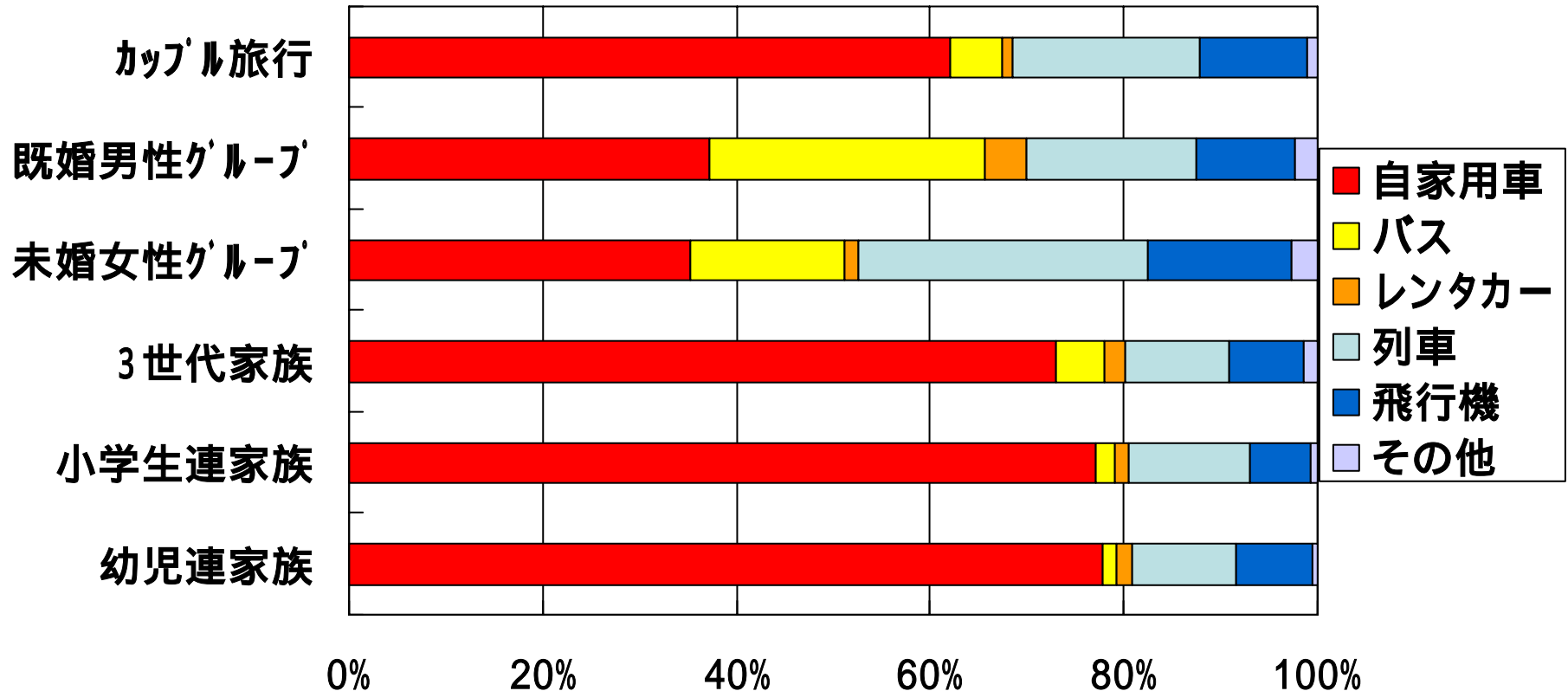
旅先での主な交通手段



1. 観光客の動向

家族連れは自家用車利用が中心

目的地までの主な交通手段－参加形態別



資料：財団法人日本交通公社「旅行動向2003」

1. 観光客の動向

カーナビ付レンタカー利用者増加で 観光地に変化

- **旅先でのレンタカー利用率** (資料:財団法人日本交通公社)

1998年 4.8%

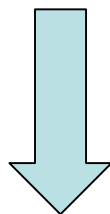
2001年6.7%

- **沖縄・北海道はカーナビ付レンタカー利用が主流**

沖縄のレンタカー車両数(沖縄県、観光白書)

1998年 4,809台

2002年8,882台



情報基盤の変化 **観光ルートの変化**

カーナビに搭載されないルートの衰退

(国道中心、県道沿い衰退)

2 . 観光地の案内標識の 現状と課題

2. 観光地の標識の現状と課題

観光客は...

- 観光客は初めて当地を訪れる(と考えるべきである)
- 大半の観光客は出発前に行き先を決定している
- 観光客は幹線道路から、空港や駅から、さまざまな経路でさまざまな交通手段で来る
- 観光客は目的地に間違いなく、早く到着したい
- 観光客は国道、県道、市町村道、さまざまな経路を利用する
- 観光客は地図やガイドブックや携帯電話を持参
- 観光客は最も見慣れている標識は道路標識(本標識)である。
- 観光客が必要なのは多量な情報ではなく、システム化された情報である。
- 観光地にはのぼりや広告などケバケバしい屋外看板が氾濫している
- カーナビを装備している車が増えた(標識の役割はよりシンプルに)
- 歩行者は標識より地図や携帯電話を頼りに歩く。
- 歩行者にとって必要な情報は自分の現在地(地図をみながら)
- 大型観光総合案内板はあまり利用されない。

2. 観光地の標識の現状と課題

観光客のニーズはシンプル

1. 確実に目的の観光地に到着するための誘導標識

- 高速道路からの観光地方面への進入口への誘導(進入口への誘導)
- 国道、県道、幹線道路から観光地への進入口への誘導(進入口への誘導)
- 主要駅からの誘導(駅までの誘導)
- 空港からの誘導(空港までの誘導)

- 観光地へ至る経路における方向誘導
- 観光スポットへの入路誘導
- 観光スポット現地の表示
- 駐車場への誘導

2. ここが目的地とわかる観光スポットの表示標識

- 観光スポットの説明
- 観光スポットから観光スポットへの誘導

2. 観光地の標識の現状と課題

案内標識の何が問題か

- 視認性が低い
- 分かりにくい
 - 国道や県道から観光地への進入口が分かりづらい
 - 観光地にいたる経路の方向誘導が分かりづらい
 - 農道が利用できない
- 景観を悪くしている

2. 観光地の標識の現状と課題

何故分かりにくいか 一貫性を欠く情報、システム不在

総合性、連続性、一貫性の欠如、系統だっていない

観光客が必要なのは多量な情報ではなく、システム化された情報である
いつ、どの時点で、どの情報に容易にアクセスできるか、

誘導標識

- 道路標識とそれ以外の標識の連動がない
- 道路標識以外の誘導標識に一貫性、連続性がない。
- 市町村ごと(担当部課ごと)に、地名、デザイン、配置場所、設置方法、情報がバラバラである。
- 交差点の表示に法則性がない。(あたりなかつたり)
- 標識のメンテナンスがわるい(地名が古いまま、他の公共サインや植物の陰等)
- 余計な観光地PR情報が視認性を下げる
- 幹線道路沿いはのぼり、看板が氾濫

表示標識

- デザインがバラバラである。(担当セクション、設置年によってばらつき)
- 配置場所に法則が無い。
- 総合観光案内版はポンチ絵で分かりづらい

2. 観光地の標識の現状と課題

何故分かりにくいか

一貫性を欠く情報、システム不在

歩行者

- 案内標識に法則性がない(一里塚には法則性があった)
- 交差点名、道路名、地名、町名、県名の案内標識などすべてに法則性がない。(配置、設置方法、デザイン)
- 交通はネットワーク、公共交通への誘導が不親切(例;東京)

3 . 求められる観光案内標識

観光案内標識の目的を明確に再認識

3. 求められる観光地案内標識

情報のシステム化

全国統一の標識が望ましい、少なくとも幹線道路沿い

- 現状の交通標識システムと乖離しない。
- まずは道路標識による誘導
- 道路標識以外の誘導標識のシステム化、一貫性

いつ、どの時点で、どの情報を提供するか時系列で検討、法則性をもたせ、配置場所、設置方法システムを構築、

デザインの統一(自治体、担当セクションによるバラツキを避ける)

3. 求められる観光地案内標識

機能がプライオリティ

- 標識は機能的であり、認識しやすいこと。(視認性、配置、設置法、メンテナンス、デザインなど)
- 情報は必要最低限、観光地名、観光地内に入ったら施設名程度
- 基本情報とPR情報を峻別し、観光地のPRは標識以外のメディアで
- 総合観光案内版は具体的な地図を表示し分かりやすく(ポンチ絵は不要)
- 観光地案内版に規則性を

他のメディアを勘案

- カーナビ、地図、ポスター、ガイドブック、観光案内所、その他PR活動を勘案し、観光案内標識の役割・目的を再検討
- 標識の観光情報で目的地を決定することは稀少。
- 他のメディアとの整合性を図る(地名などの呼称、観光資源情報、その他情報)