

報道関係各位

2006年10月05日

株式会社ツーリズム・マーケティング研究所

Media Release

自治体における、観光サイトの国際度(外国語対応)実態調査まとめ

日本国内の自治体のウェブサイトを対象に、観光情報の外国語対応の実態について、都道府県および市町村の合計 1878 サイト()を対象に調査をおこないました。調査では 12 のチェック項目を設けました(評価対象の選定方法は、「評価対象の選定方法」参照)。

- §1 自治体における観光サイトの外国語対応は 22.7%
- §2 地域別では北陸 38.9%、県別では富山県 56.3%がトップ
- §3 最高評価は 13 ポイントの横浜市(満点は 16 ポイント)

株式会社ツーリズム・マーケティング研究所(本社:東京都中央区、代表取締役社長:前田和久)は、自治体の観光サイトの外国語対応の実態についての調査結果を発表しました。

この調査は、都道府県および市町村の合計 1878 サイト()を対象に、外国語による観光サイトの有無をはじめ、提供している情報の内容と新鮮性、販売へとつなげる導線、サイトを通してのお客様との双方向性、サイトの使いやすさについて、合計 16 のチェック項目を設け、サービスの実態を調べたものです(2006年5月現在)。

評価対象の選定方法については、文末の「評価対象の選定方法」の欄をご参照ください。

~~~~~ 総合解説 (主な注目ポイント) ~~~~~

【A】 47 都道府県と全国の市町村の総計 1878 サイト( )のうち、観光サイトの外国語対応を展開している自治体は 427 サイトで全体の 22.7%でした( 評価対象の選定方法は、「評価対象の選定方法」参照)。

【B】 地域別では北陸 38.9% (54 自治体のうち 21 自治体が対応)、東海 32.8% (180 自治体のうち 59 自治体が対応)、近畿 27.7% (213 自治体のうち 59 自治体が対応)の順でした。

【C】 県別のトップ3は富山県 56.3% (16 自治体のうち 9 自治体が対応)、愛知県 53.1% (64 自治体のうち 34 自治体が対応)、神奈川県 44.4% (36 自治体のうち 16 自治体が対応)、福井県 44.4% (18 自治体のうち 8 自治体が対応)という結果になりました。

【D】 観光サイトの対応言語は英語が 99.3% (424 自治体)と高く、韓国語 28.3% (121 自治体)、中国語(繁体字と簡体字の合計) 27.2% (116 自治体)が続いています。

【E】 今回の調査では、対応言語をはじめ、地図やアクセス情報、イベント、アクティビティ、ホテルや旅館へのリンク、双方向コミュニケーションなど 16 項目について、その記載があるかどうかをチェックし

ました。その結果、13 ポイントを獲得した横浜市がトップになりました。次いで 12 ポイントを上げたのは神奈川県、静岡県、大阪市です。全 427 サイトの平均は 4.87 ポイントでした。

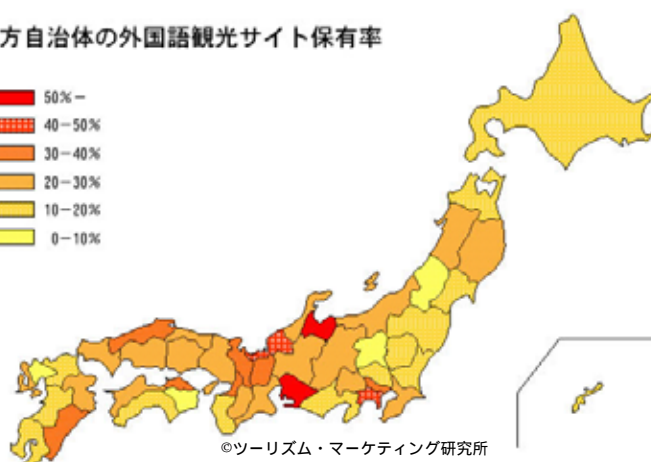
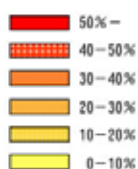
~~~~~ テーマ別の注目ポイント ~~~~~

自治体の観光サイトの外国語対応について

- 1) 日本の自治体における観光サイトの外国語対応は 22.7%
- 2) 地域別では北陸 38.9%、県別では富山県が 56.3% でトップ
- 3) 対応言語別では、99.3% で英語がトップ、2 位は韓国語、3 位は中国語

47 都道府県と全国の市町村の総計 1878 サイトのうち、外国語対応を展開している自治体は 427 サイトで全体の 22.7% でした。英語 / 韓国語 / 中国語 (繁体字) / 中国語 (简体字) / その他言語 (ポルトガル語、スペイン語など) で評価し、4 つのうち 1 つでも該当言語があれば、外国語対応しているとみなしています。

地方自治体の外国語観光サイト保有率

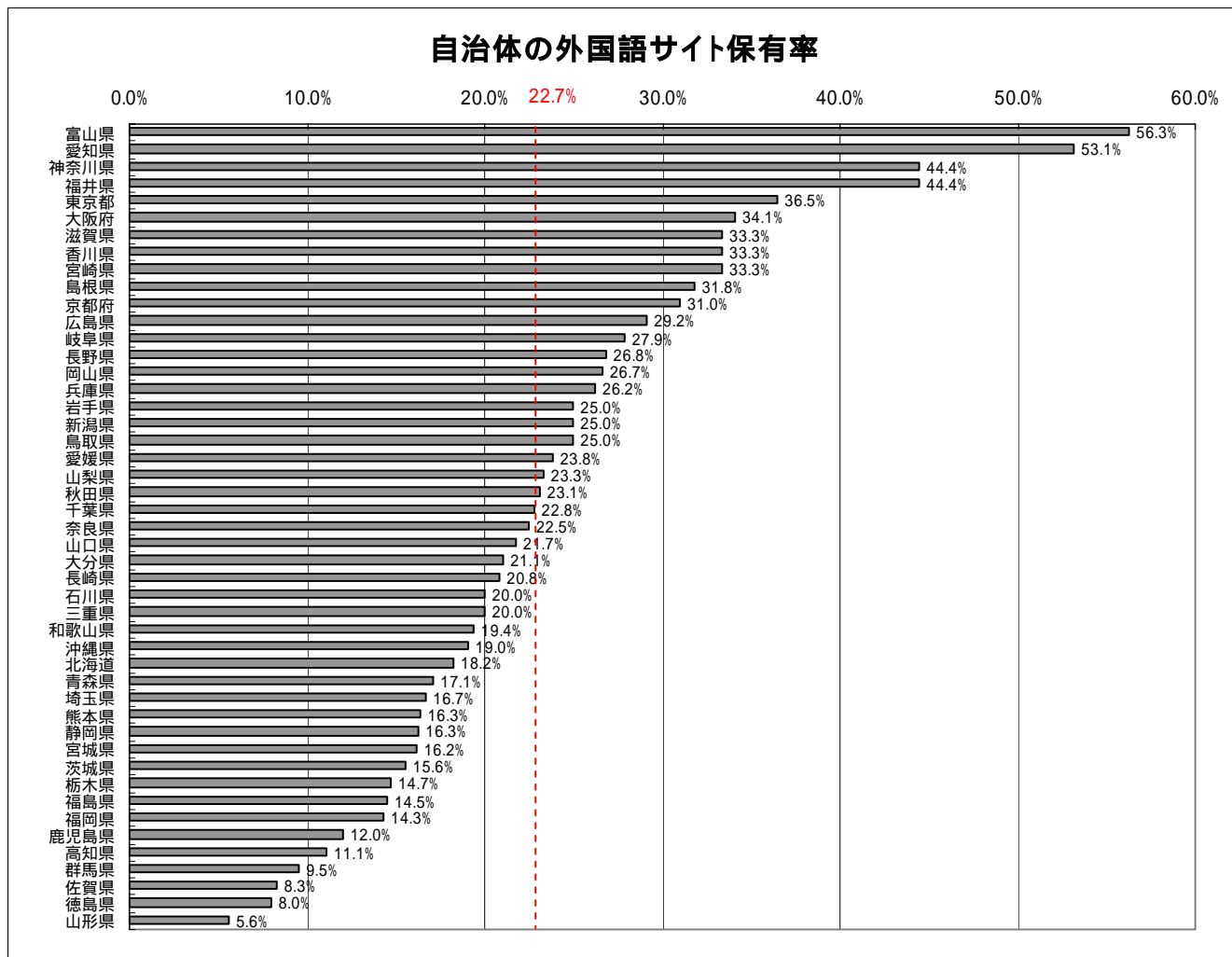


©ツーリズム・マーケティング研究所

全国を北海道、東北 (6 県) 関東 (1 都 6 県) 甲信越 (3 県) 北陸 (3 県) 東海 (4 県) 近畿 (2 府 4 県) 中国 (5 県) 四国 (4 県) 九州・沖縄 (8 県) の 10 エリアにわけて調査しました。地域別では北陸 38.9% (54 自治体のうち 21 自治体が対応) 東海 32.8% (180 自治体のうち 59 自治体が対応) 近畿 27.7% (213 自治体のうち 59 自治体が対応) の順でした。

県別のトップ 3 は富山県 56.3% (16 自治体のうち 9 自治体が対応) 愛知県 53.1% (64 自治体のうち 34 自治体が対応) 神奈川県 44.4% (36 自治体のうち 16 自治体が対応) 福井県 44.4% (18 自治体のうち 8 自治体が対応) という結果になりました。

対応言語は英語が 99.3% (424 自治体) と高く、韓国語 28.3% (121 自治体)、中国語 (繁体字と简体字の合計) 27.2% (116 自治体) が続いています。ポルトガル語も 3.5% (15 自治体) ほどあり、フランス語やスペイン語も 1% を超えています。そのほか、イタリア語やロシア語、フィリピン語、ベトナム語などに対応している自治体もありました。これは、姉妹都市との関係で展開していると推測されます。



©ツーリズム・マーケティング研究所

位置情報について

- 1) 日本地図内での位置関係は 42.4%、地域内マップは 56.0%
- 2) 成田空港からのアクセス情報は 14.1%
- 3) 東京からのアクセス情報は 46.4%

旅行では地図のニーズが高いことも踏まえ、たとえば、日本のどの辺りに位置するのか、あるいは地域内（県内）の位置はどこかという情報の有無を調査しました。日本地図やエリアの位置関係をイメージしにくい外国人向けであるため、文字情報ではなくビジュアルとしての地図情報があるかを調べています。その結果、日本地図内での位置関係を示していた自治体は 42.4%（181 自治体）、エリア内位置情報は 56.0%（240 自治体）でした。地図情報は旅行の基本項目ともいえるので、もう少しユーザーへの配慮がほしいところです。

成田空港から目的地（各自治体）までのアクセス情報を掲載しているのは 14.1%（60 自治体）でした。地域によっては、関西国際空港や中部国際空港、または地域の国際便発着空港からのアクセス情報を載せてい

る自治体もありました。地域の空港を発着するアジア方面の国際線は数多くあるので、地元空港からのアクセス情報は重要ですが、アジアの特定国に限らず外国人誘致を促進するのであれば、日本に就航する国際線の半分以上が発着する成田空港からのアクセス情報は必須項目として望まれます。

成田空港と同様に、日本の玄関口ともいえる東京からのアクセス情報もほしいところです。東京からのアクセス情報がある自治体は 46.4% (199 自治体) でした。東京から遠距離になるほど、各地域の中心都市からのみの情報を掲載する自治体が多く見受けられました。たとえば近畿では大阪から、東海では名古屋から、九州では福岡や鹿児島からといった具合です。

掲載内容について

- 1) ホテルや旅館の予約リンクは 26.2%
- 2) イベント情報は 68.4%、アクティビティ情報は 54.8%
- 3) 双方向型のコミュニケーションは未発達

旅行を計画する場合、現地で体験できる素材検索のほか、宿泊施設も重要なポイントになります。サイト内で予約まで完結できるのが理想ですが、今回は次のアクションを起こせるという観点から各宿泊施設などへのリンクまたは電話番号記載の有無を調べました。ホテルや旅館へのリンクあるいは所在地や電話番号を記載しているのは 26.2% (112 自治体)。ユーザー視点で考えればもう少し配慮がほしいポイントです。各宿泊施設へのリンクも、ジャンプ先のサイトが日本語対応のみという場合も多く見受けられました。これは自治体だけの問題のみならず、ホテルや旅館の意識向上を期待したい部分です。

イベント情報は 68.4% (292 自治体) と比較的関心度が高いようです。写真とタイトルのみといった簡潔な掲載から、日時や場所、概要、由来などの詳細な記述まで、各自治体によって充実度の差が大きいのもイベント情報でした。アクティビティやアトラクションに関する情報は 54.8%。こちらは自治体によって掲載手法がかなり異なり、Activity や Experience などと項目を立ててわかりやすいサイトがある一方で、見どころやモデルルートの中に記述が埋もれてしまって、すべて読まないといけないといった不親切なサイトも見受けられました。

サイトの特徴の 1 つに双方向型コミュニケーションがあります。日本語サイトではメールマガジンやモバイルサイト、RSS などの展開が増えていますが、外国語対応サイトではほぼ未対応です。メールマガジンを英語で配信しているのは 1.2% (5 自治体)。モバイル対応や RSS は皆無でした。メールマガジンは、潜在顧客とのマーケティングコミュニケーションツールとして海外では市単位で取り組んでいる例も多く、日本の自治体も検討したいところです。また、メールやウェブに続く第三のインターネットメディアと呼ばれる RSS は、今後最も注力したい項目です。

全体的な評価ポイントとして

- 1) 最高評価サイトは横浜市
- 2) 動態情報の掲載は今後の課題

3) 情報の一元化が必要

今回の調査では対応言語をはじめ、地図やアクセス情報、イベント、アクティビティ、ホテルや旅館へのリンク、双方向コミュニケーションなど16項目について、その記載があるかどうかをチェックしました。その結果、13ポイントを獲得した横浜市がトップになりました。次いで12ポイントを上げたのが神奈川県、静岡県、大阪市。全427サイトの平均は4.87ポイントでした。

横浜市では毎月のインフォメーションを掲載していますが(現在5月分を掲載中)、サイトの鮮度を確かめる意味でも動態情報があるかどうかは重要ポイントになってきます。What's New や Topics といった鮮度のあつる動態情報を掲載しているサイトは4.4%(19自治体)で、対応している自治体が少ないのが現状です。双方向コミュニケーションにも共通しますが、ユーザーの関心度を高める効果が望めますので、動態情報の掲載は今後の課題といえるでしょう。

同じ都市(都道府県)の観光情報を、市(都道府県)と観光協会(観光連盟、観光コンベンションビューローなど)がそれぞれ別に展開している例が少なくありません。その結果、ユーザー視点からすると動線がわかりにくく、また検索した場合、オフィシャルとされているのがどのサイトなのか混乱を生じやすい原因にもなります。自治体トップにリンクさせるとか、観光情報は観光協会のサイトへジャンプさせるなど、連携して混乱を避けるのはもちろん、最大化していく仕組みが必要です。

そのほか、全体を通して、日本政府が「外国人旅行者訪日促進戦略」の一環として推し進める「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(VJC)事業のロゴ掲載や、同キャンペーンサイトへのリンクは少ない印象でした。

また今後は、コンテンツの質的な面も重視していく必要があります。例えばその言語を母国語とするひとびとにとって、掲載している文章が低クオリティだと、サイトの品格も低く評価されてしまいます。その意味でも、現在の外国語ウェブサイトの質的な検証をおこなうことが大切です。

評価対象の選定方法

●調査期間

外国語対応の有無を平成18年3月10日~31日(一部、4月1日)で確認し、順次掲載内容を評価しました。平成の大合併で3月中(一部、4月1日)に合併した市町村が多く、4月~5月5日にかけて再度精査しています。

●調査対象の選定方法

47都道府県(47サイト)と全国の市町村(1831サイト)を対象としています(平成18年5月5日現在)。グーグルやヤフーでの検索では各自治体のヒット率が壊滅的なことと、全国の市町村をくまなく拾うため、47都道府県のサイトにアクセスし、各都道府県内の市町村をリンク集からたどっています。つまり被リンク

による合計が 1878 サイトであり、現在の自治体数合計 1867 (47 都道府県 + 1820 市町村) とは異なります。

●外国語対応の評価基準

英語のほか、中国語(繁体字、簡体字)、韓国語、その他言語(ポルトガル語、スペイン語など)など、外国語サイトを展開していれば外国語対応ありとしています。内容の評価については、英語サイトで行いました。

以下のような優先順位で評価しました。今回は観光情報が対象のため、生活情報に特化したサイトは未対応と判断しています。観光情報に言及していない概要、市町村長のメッセージのみといったサイトも排除しました。PDF 対応のサイトについては、Adobe Reader を該当ページ内にリンクしていない場合は未対応と判断しています。また、他社翻訳ソフトに依存したサイトも対象外としました。

1) 自治体のトップからリンクしている外国語を評価対象とする。

a) 当該ページ(主に English・以下同)に入って、~ Tourism Association (あるいは Tourism などの項目をクリックするとジャンプする場合)がある場合は、観光協会のサイトを評価ページとする。

b) Tourism、Sightseeing などの項目から直接リンクしている場合のほか、Link にタイトルが出ている場合も観光協会のサイトを優先する。

c) Sightseeing などをクリックすると観光協会にリンクしているが、直接該当ページに飛ぶ(トップページにリンクしていない)場合も Sightseeing だけの評価とはせずに、観光協会そのもののサイトを評価サイトとする。

2) 上記 1) で外国語対応のサイトに到達できなかった場合(生活情報のみの場合も含む)、日本語の観光情報ページやリンク集などを検索し、そこで観光協会へのリンクがあり、なおかつ外国語対応していれば、それを評価サイトとし動線を備考に付記。

3) 上記 1) と 2) の両方の動線を持っている自治体では、トップからリンクしているサイトを優先。外国語対応している観光協会のサイトが別にあったとしても、自治体トップから入ったページでリンクしておらず、なおかつ該当ページに観光やアクセス情報が掲載されている時には、自治体で展開しているサイトを評価。備考に観光協会のサイトが別があり、などと付記。

 今回の調査結果については、上記の公表分以外の個別データは、原則として無償公開はしていません。
 あしからずご了承ください。

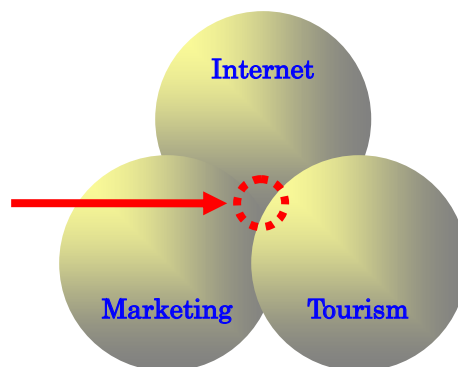
【株式会社ツーリズム・マーケティング研究所について】

観光に専門特化したシンクタンクとして 2001 年 6 月に設立されました。資本金 2 億円で、株式会社ジェイティービーが全額出資しました。ツーリズムに関連する調査や分析、コンサルティングなどを手がけています。おもなクライアントは官公庁や地方自治体、航空会社、外国政府機関や外資企業、旅行会社などです。

ツーリズム・マーケティング研究所の「インターネット研究室」では、航空会社や政府観光局をはじめと

したツーリズム関連企業に、インターネットに関する下記のサービスを提供しています。お気軽にご相談くださいませ。

- ☑ 現ウェブサイトの評価・分析・コンサルティング
- ☑ ウェブサイトの新規構築・リニューアル構築
- ☑ インターネット展開の戦略策定
- ☑ グローバル企業サイトの日本語化
- ☑ メールマガジン等の企画・制作・配信
- ☑ CRMの計画策定・開発・実施
- ☑ ブログ構築・カスタマイズ設定
- ☑ ウェブマスター業務の請負
- ☑ アクセス増加のための施策実施



このプレスリリースの内容に関するお問合せ
株式会社ツーリズム・マーケティング研究所
〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-2 新日石ビル2F
Tel : 03-6268-0900 Fax : 03-3217-8580
URL : www.tourism.jp Mail : webmaster@tourism.jp