ウェブサイトにみる国立公園に関する情報提供の現状と課題

誌名	ランドスケープ研究
ISSN	13408984
著者名	長谷川,学 下村,彰男 伊藤,弘 小野,良平
発行元	日本造園学会
巻/号	72巻5号
巻号補足	
掲載ページ	p. 821-824
発行年月	2009年3月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター
Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council Secretariat

研究発表論文

ウェブサイトにみる国立公園に関する情報提供の現状と課題

The Status Quo of Providing Information about National Park on the Website

長谷川　学*　下村　彰男*　伊藤　弘*　小野　良平*
Manabu HASEGAWA　Akio SHIMOMURA　Hiromu ITO　Ryohei ONO

Abstract：This study aims to examine the status quo of information about Japanese National Parks on the websites, and discuss how we can raise people's recognition of National Parks. In this study, the site-access quantity, search rank, and contents of each website related to National Parks were surveyed mainly, that are provided by many organizations of some groups. To add to them, the difference of National Park information between some groups of park-sites was surveyed. As a result, unbalance of contents between each group of sites, relative lowness of recognition of park-sites, and effectiveness of using sites of "local administrative organization" to raise recognition of National Park by providing information for users were shown. In addition, possibility to raise recognition of sites by various information, and importance of sharing roles of each park-site were suggested in this study.

Keywords: *National Park, website, information, recognition*
キーワード：国立公園，ウェブサイト，情報提供，認知度

1．研究の背景と目的

現在，環境省では国民の国立公園に対する認知度の低さがひとつの課題として挙げられている[1]。世界自然遺産やグリーンツーリズムなどがブームとなっている昨今，国民の間で風景や自然に対する関心が高いにもかかわらず，国立公園の認識は低くなってきていることが考えられる。堀木（2002）は，アメリカ国民がNational Parkに対して有する「優れた自然・歴史文化を保全する場であり，国民が自ら考え学ぶための場所である」というような共通認識が日本の国立公園には存在しておらず，国民の間でその姿が正しく十分に認識されているとはいえない点を指摘している[2]。一方環境省においては，自然環境行政の基盤としての国立公園に対する国民の正しい理解を重要視しており[3]，また平成19年3月に行われた「国立・国定公園の指定および管理運営に関する検討会」においても，国立・国定公園の知名度の向上と，利用者に対する適切な情報提供の推進が今後の国立公園の課題の一つとして挙げられている[1]。

現在も多くの人に利用される国立公園が，観光地としてだけでなく国民に正しく認識されるには，過不足のない事前の情報が利用者に伝わることが必要であると考えられる。そのための情報発信の手段となりうるメディアについては様々あるが，本研究はインターネット，特にウェブサイトによる情報発信に注目した。金川（1998）は，観光情報発信の視点から見た各メディアの比較を行い，インターネットについて，提供主体の多様性，検索性，情報更新の容易性など多くの面において顕著な有効性を指摘しており[4]，10年前に比べ現在は普及性，大量希求性も向上し今後ますますインターネットによる情報発信の重要性が高まっていくだろうと考えられる。一方で竹村（2000）は，近年の傾向としてかつてに比べ旅行形態が多様化し，より多くの人にとって旅行がライフサイクルに組み込まれ日常化しつつあること，またインターネットを用いての，より詳細で特有な情報の提供の重要性を述べている[5]。また堀木（2002）は，国立公園を含む美しい自然風景地の観光利用が自然への関心を呼び起こす契機として大きな役割を果たすことを指摘し[2]，環境省もこの点を認識し正しい利用促進の必要性を指摘しており[3]，国立公園の認知向上において利用者（特に観光利用者）に対しウェブサイトを通じて正しい情報提供を行う重要性が考えられる。しかし，これまでに大谷（2000）[6]や李（2005）[7]をはじめ一般的な観光情報に関するウェブサイトの研究は数多くされてきたものの，国立公園に関するウェブサイトについては目が向けられてこなかった。

そこで本研究はウェブサイト上で提供される，国立公園に関する利用者向け情報を対象に，国立公園の認知向上を目指す上での情報提供の現状と課題を明らかにするとともに，今後の国立公園の情報提供のあり方について考察を行った。

2．対象と方法

（1）対象

現在ウェブサイト上で国立公園地域に関する利用者向けの情報を提供するサイトは様々存在するが，まず国立公園そのものを対象とし，かつ提供主体に環境省が関わりうるもの（以下公園サイト）としては，環境省の本省が一括して提供する国立公園サイト（以下環境省サイト），国立公園協会（以下協会サイト）や自然公園財団などが提供する国立公園のサイト，ビジターセンターのサイト，また財団法人や協議会といった形で各国立公園地域を対象とした現地での管理運営を目的とした団体（以下地元組織）のサイトなどがある。次に国立公園に含まれる地域全体の情報を提供するもの（以下地域サイト）としては関係市町村のサイト（以下市町村サイト）や観光協会のサイト（以下観光協会サイト）などがある。その他企業や個人で提供されるサイトなどもある。

本研究においては，対象地域はウェブサイトを有する地元組織が存在する，伊勢志摩，大雪山，尾瀬，知床，釧路湿原，白山の6国立公園とし，対象サイトは，公園サイトとしてそれぞれの公園区域を対象とした環境省サイト6サイト，協会サイト6サイト，

*東京大学大学院農学生命科学研究科

表－1　調査対象サイト

調査サイト		数	主体の扱う対象の主な性格
公園サイト	環境省サイト	6	国立公園行政中心
	協会サイト	6	協会の取組など中心
	地元組織サイト	7	各国立公園地域全般
地域サイト	市町村サイト	23	市町村地域全般
	観光協会サイト	30	対象とする地域の観光

計、5主体グループ72サイトを対象に調査

また区域内に存在する地元組織サイト7サイト（伊勢志摩国立公園協会，大雪山国立公園連絡協議会，尾瀬保護財団，知床財団，釧路湿原国立公園連絡協議会，環白山保護利用管理協会，環白山広域観光推進協議会），さらに地域サイトとして公園区域内で利用者向け情報を提供している各市町村サイト23サイト，観光協会サイト30サイトについて調査を行った[8]。また，以下5つあげた組織ごとのグループを主体グループとし，各主体グループが情報として扱う対象の性格は表－1の通りである。

（2）方法

まず認知度を評価するために，研究対象となる各サイトについて，サイトへの年間アクセス数および各対象地域内利用者あたりの割合と検索エンジンでの各サイトの検索順位を調査した。現在民間企業などでSEO[9]による広告戦略が盛んに行われているように，特に他のメディアに比べ検索性の要素が強いインターネットでは，検索順位が上位に安定することは認知向上のためには非常に重要な要素である[10]。年間アクセス数および対象地域内の年間入込利用者数は各主体に問い合わせた（共に平成19年度のデータ）。環境省サイトと協会サイトについては計測の関係上，それぞれのサイトの上位サイトであるトップページのアクセス数を対象とした。検索エンジンは，キーワード検索の際に必要な情報が直接取得できるロボット型検索エンジンとしてgoogle，yahoo，MSNの3種類を用い，調査に当たっては，地域別に利用者が検索にかけやすいと考えられる「伊勢志摩」「大雪山」「尾瀬」「知床」「釧路湿原」「白山」の6つのワードで検索し，各サイトの順位を調べた。長いスパンでの順位変動を見るために調査は約3カ月おきの2008年2月7日，5月27日，9月14日の3回行い，協会サイトに関しては都合により3回目のみ行った。

表－2　内容調査項目及び分類

情報量を評価する項目	分類	
写真集・ムービー	1, 4	誘発・現地
地域の話題1(自然・風景・町並)	1, 4	誘発・現地
地域の話題2(歴史・風習・文学)	1, 4	誘発・現地
地域の話題3(グルメ・特産物)	1, 4	誘発・現地
体験アクティビティ紹介	2	選択
みどころ紹介(施設以外)	2	選択
観光施設案内	2	選択
観光プラン・お勧めコース紹介	2	選択
アクティビティ概要	2	選択
年間の祭事・イベント詳細数	2	選択
宿泊情報	3	計画
飲食店その他店舗情報	3	計画
山小屋・キャンプ場・野営場情報	3	計画
地域の自然環境概要	4	現地
個々の動植物紹介	4	現地
利用時の注意事項	4	現地
予備知識・利用のアドバイス	4	現地
Q&A	4	現地
公園区域概要	5	行政
事業・取り組み紹介	5	行政
各種資料	5	行政
情報掲載を評価する項目	分類	
交通アクセス	3	計画
マップ	3	計画
観光案内所	3	計画
利用規制情報	3	計画
天気	3	計画

次に主体グループごとに提供されている情報の内容調査を行った。いずれもサイト内で名称のみ記されたり他サイトへのリンクとして掲載されるものは除き，各サイト内のコンテンツとして掲載される情報を，利用の観点から分類し，表－2にあげた項目を情報を評価する項目として用いた。ただし外部のサイトやブログの内容を使っている場合でも，ただリンクを張るだけでなくサイト内のコンテンツとして分かりやすく取り込んでいる場合は，そのサイトの情報として見なした。その際宮原ら（2001）[11]や相京（2000）[12]の定義，また環境省へのヒアリング結果[3]を参考に，利用者の観点からみた情報の性格付けを行い，各グループ間で掲載される情報の内容と重点の置かれる傾向をみるために表－3のように各情報項目を5つに分類した。

表－3　分類の項目

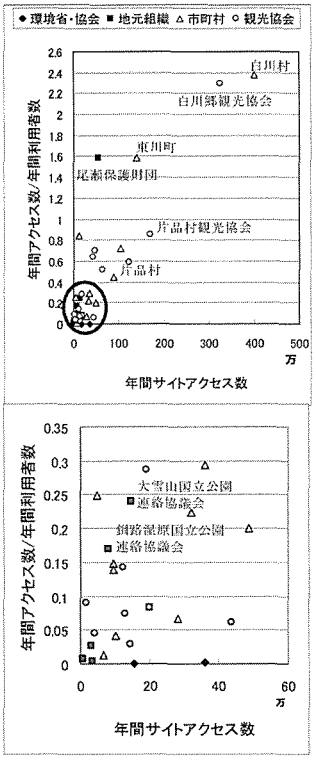
1．誘発情報：「旅に出たい」と思わせる情報
2．選択情報：「○○を見たい」のように具体的な欲求を実現させるための情報
3．計画情報：具体的な行先選択などの実行のための情報
4．現地情報：旅行先を決定する際には必ずしも不可欠ではない情報
5．公園情報：現地情報の中でも国立公園に関する行政情報

次に，対象地域全体における主体間の提供情報の差異を見るために，主体グループごとに各項目について掲載しているサイト数を掲載の有無から把握した。また情報量を評価する項目ごとに，紹介される内容の個数をもとに各サイトで情報量の多い上位5項目を選び出し，主体グループごとに重視される提供情報の傾向を把握した。以上の調査から主体グループごとに提供される情報内容の傾向とその性格の違いを分析した。さらに日本と同じ地域制でありながらサイト上で情報量の豊富さだけでなく利用者の属性（目的，年齢，交通手段など）ごとに利用メニューを提案しながら利用情報を提供し，うまく国立公園の利用イメージを形作っていると考えられる，国とは異なる主体が提供する組織のサイトであるイギリスのNational Park Authorities（NPA）のサイト[13]で提供される情報を参考に，国立公園としての利用を促す上で利用者に対する提供が必要だと考えられる情報項目（後述）を設定し，これを基準として各公園サイトが十分な国立公園情報提供しているかどうかを比較した。なお補足として各公園サイト主体に対し，サイトを通じ利用者に伝えたい情報と組織の性格に関するヒアリング及びサイトからのリンク対象の調査を行い，得られた結果から各サイト主体によって提供される情報の特徴について考察した。

3．結果および考察

（1）アクセス数と利用者に対する割合

サイトへの年間アクセス数および各対象地域への年間の入込利用者数に対する比率を把握したところ図－1のようになった。下のグラフは，上のグラフの枠内部を拡大したものである。両者ともサイトごとに大きなばらつきが存在するが，突出したサイトは少なく，0.3未満の認知しかされていないサイトが半数以上存在することがわかる。300万以上のアクセス，2.2以上の認知がされている突出した2サイトは白川村，白川郷観光協会のサイトであり，認知度が1.6程度の2サイトは東川町と尾瀬保護財団のサイトである。その対象地域の知名度の高さがサイトの認知度の高さと関係しているものと考えられる。しかし尾瀬国立公園では，片品村の認知度が0.45，片品村観光協会の認知度が0.85であるのに対し尾瀬保護財団の認知度は1.58あり，主体の違いも認知度と関係しているといえる。また主体グループごとに明確な違いは現れなかったが，行政サイト間では地元組織サイトの方が環境省や協会のサイトに比べ若干認知度が高い傾向にあると思われる。なお，尾瀬保護財団を除き比較的認知度の高い2つの地元組織サイトは，認知度0.24の大雪山国立公園連絡協議会サイトと認知度0.17の釧路湿原国立公園連絡協議会のサイトである。



図－1　サイトアクセス数と認知度（下段は枠内の拡大図）

（2）各検索エンジンによるサイト検索順位

検索順位調査の結果，地域ごと，主体グループごとに違いはなく，常に上位に挙がるサイトとそうでないサイトが顕著に現れる結果となった（例えば“白山”での検索の場合，1位は必ず白山

表－4　地元組織サイトの検索順位

検索エンジン	地元組織サイト《( )内は検索ワード》 伊勢志摩（伊勢志摩）	大雪山（大雪山）	尾瀬（尾瀬）	知床（知床）	釧路湿原（釧路湿原）	白山保護（白山）	白山広域（白山）
google	12位	1位	1位	1位	1位	33位	28位
	6位	1位	1位	1位	1位	圏外	54位
	1位	1位	1位	1位	1位	圏外	81位
yahoo	18位	1位	2位	1位	1位	52位	64位
	4位	1位	2位	1位	1位	圏外	45位
	1位	1位	3位	1位	2位	47位	43位
MSN	7位	1位	1位	1位	1位	32位	圏外
	5位	1位	1位	1位	1位	69位	98位
	1位	1位	1位	1位	1位	13位	圏外

※各枠内の順位は
上から順に2008年2月7日、5月27日、9月14日時の順位

観光協会のサイトであった)。協会サイトは釧路湿原の76位（google)，83位（yahoo）を除き全て圏外であり，環境省サイトは圏外から3位（尾瀬）まで様々あったが，多くが60位から圏外の間で激しい順位変動を繰り返していた。一方で地元組織サイトの結果は表4の通りで，ほとんどが安定して上位ランクに入っている。なお，環境省サイトや地元組織サイトなど時間経過と共に全体的に検索順位が上がっている傾向があったが，調査時点では立ち上げからまだあまり間もなかったサイトが多かったことが影響していると考えられる（環白山保護利用管理協会の場合，組織そのものがまだ立ち上げから2年足らずだった)。またgoogleのもつ“ページランク”と呼ばれる独自のアルゴリズムは他のサイトからのリンクの多さなどが順位に大きく影響しているといわれ[10]，順位を高める上で“ユーザーにとってやさしく，便利な，また見たいと思うサイト[14]”として認知されることの重要性も示唆される。

（3）情報の内容

表－5　情報内容

	国立公園協会	環境省	地元組織	市町村	観光協会	分類	
	6	6	7	23	30		
写真集・ムービー	6	6	4	7	11	1, 4	誘発・現地
地域の話題1(自然・風景・町並)	3		5	10	17	1, 4	
地域の話題2(歴史・風習・文学)	1		3	8	16	1, 4	
地域の話題3(グルメ・特産物)			1	11	19	1, 4	
アクティビティ概要	4	2	3	9	23	2	選択
体験アクティビティ紹介		1	3	8	23	2	
みどころ紹介(施設以外)		6	6	13	21	2	
観光施設案内		6	6	19	24	2	
観光プラン・お勧めコース紹介			2	4	14	2	
年間の祭事・イベント詳細数			4	14	22	2	
交通アクセス		6	6	14	25	3	計画
マップ		6	6	14	26	3	
観光案内所紹介					8	3	
利用規制情報			5	3	5	3	
天気		6	4	5	14	3	
宿泊情報		1	1	8	29	3	
飲食店その他店舗情報				5	24	3	
山小屋・キャンプ場・野営場情報		2	4	13	17	3	
地域の自然環境概要	6	6	6	10	7	4	現地
個々の動植物紹介	4	6	6	10	10	4	
利用時の注意事項		6	4	4	10	4	
予備知識・利用のアドバイス			4	3	7	4	
Q&A			2	2	4	4	
公園区域概要	6	6	6			5	行政
事業・取り組み紹介		6	6			5	
各種資料	6	6	2			5	

5割以上　7割以上

情報の内容を調査し分類を行ったところ，表－5のような結果となった。協会，環境省，地元組織サイトは行政情報，現地情報を中心に提供する傾向があるのに対し，観光協会は計画情報と選択情報を中心に提供する傾向にあり，グループごとに共通して提供される情報の内容に偏りが存在する。特に宿泊情報，飲食店情報やアクティビティ，イベントなどの情報は観光協会サイトに特徴的にみられる項目であるが，これらは旅行計画段階においては必須の情報であり，それだけ観光協会サイトが利用される可能性があると考えられる。一方行政情報や現地情報などは必ずしも旅行計画には不可欠でないため，情報提供の仕方次第では利用者に認知されない可能性が存在する。環境省サイトや協会サイトがグループ内で情報内容を統一しているのに対し，市町村サイトは各グループ内で共通に見られる項目が少なく掲載内容が統一されていない。特に市町村サイトは，利用者向けの情報提供を市が一手に引き受けているところと，多くを観光協会に任せているところが混在しており，情報提供の目標が市町村ごとに異なるため，また観光にしても必ずしも国立公園だけで成り立っているわけではないためと考えられる。なお交通アクセスやマップなどは多くのサイトで共通して掲載される項目であった。

また重点のおかれる項目も，観光協会サイトは宿泊，飲食店施設の紹介を特に重視し，環境省サイトや地元組織サイトは動植物紹介や見所紹介などを重視している結果となり，重点項目もグループごとの偏りが示された。なお，協会サイトと環境省サイトを除き写真の掲載が少ないが，写真など視覚的情報は使い方次第では誘発情報の性格も持ちうるため，より有効に利用していくことが求められる。またNPAサイトを参考に設定した情報項目およびその分類は表－6の通りであり，それを基にした各公園サイトの主体グループごとの国立公園情報を比較したところ（表－6)，表中の分類における誘発・公園・自然情報に関しては共通して多く掲載される一方で，利用ガイド情報では地元組織サイトのみで多く掲載される項目が多い。環境省サイトは内容の統一はされているが，アクティビティに関する情報や歴史文化の情報は掲載されていない。公園計画や管理計画，目指す公園のあり方などについても，管理計画書がPDF形式で公開されているもののサイト内コンテンツではないため，求める情報への到達に時間がかかるなど，利便性は低い。しかし比較的幅広く情報を提供している地元組織サイトも，グループとしては文化・管理情報の提供が不十分である傾向があった。ただし，一括で管理される環境省サイトや協会サイトと違い地元組織サイトはサイト間の差が非常に大きく，尾瀬保護財団サイトのように項目のほぼ全てを満たすサイトも存在する。

表－6　公園サイト情報比較

		環境省	地元組織	協会
		6	7	6
誘発	視覚情報	6	7	6
公園	公園の特徴	6	6	6
	公園基礎データ	6	4	
自然	生物生態	5	6	5
	地質地形	5	6	2
	自然資源紹介	3	6	3
歴史文化	各公園地域の歴史		6	1
	地域が舞台の文学・芸術		2	
	公園地域の文化		3	
保全管理	公園計画(保護・利用)		2	
	管理計画		1	
	目指す公園のあり方		3	
	公園を守る取り組み	6	5	
	取組参加の誘い	2	4	
	利用の注意事項	6	5	
	利用規制情報	6	4	
利用ガイド	VCプログラム		5	
	その他公園内のイベント		3	
	アクティビティ概要		6	2
	具体的アクティビティ紹介		5	
	登山道・遊歩道ガイド		4	
	みどころガイド	6	7	
	VC紹介	6	6	
	アクセス・地図	6	7	6
	宿泊・飲食施設ガイド	1	2	
	利用コース・プラン提案		4	
その他	ブックガイドの紹介		2	
	各種資料	3	2	
	リアルタイム情報		3	

7割以上　5割以上

（4）ヒアリング及び民間サイト含む他サイトとのリンク

各組織に対するヒアリングの結果，主体グループの性格，とりわけ環境省のサイト上での情報提供の限界などが明らかとなった。例えば環境省は，国民にまず国立公園に来てもらってその楽しさを知り，そこで国立公園の自然・風景を守ることの大事さを知って欲しいと述べる。故に利用者向けの情報を提供すべきであることは環境省も認識しており，そのため10月のサイトリニューアルで基礎的な利用者向け情報は以前よりも増したものの，利用者に対して何の情報を提供したいかという明確なビジョンや広報戦略は持っていない。また①国立公園行政全体の予算も少なく，環境省は利用促進をすべきでないという財務省側の考えにより利用情報に対する予算がおりない②利用促進に対する役割と責任の所在が不明③国の立場として，公平性の問題から，特定の民間の企業と結びつけない④本省一括管理のため現地管理に基づいたリアルタイムな情報が提供できず，また地域とのつながりがない，などの限界も存在する。協会も「読んだ人が思わず行きたくなるような国立公園情報を提供したい」と述べており，現在のところその目的は十分には達成できていないと思われる。各地元組織も，大雪山国立公園連絡協議会などのように行政間の連絡協議会にすぎないところがある一方，尾瀬保護財団のように地元の多主体との協働により運営し認知度も非常に高いところ，白山保護利用管理協会のように組織自体がまだ新しく，地域に十分に定着していないところなど様々存在する。多くの地元組織で「公園管理」や「利用ルール」などに関するリアルタイムな情報を提供したいと述べるが，環境省との結びつきの強さと利用者に対する情報提供の積極性には組織ごとに差が見られた。行政のみで運営されている地元組織に比べ民間など他主体との協働で運営を行っている地元組織はより地元の民間のサイトへのリンク・相互リンクについても多い傾向がみられた。また地元組織と環境省サイト間のリンクでは相互リンクは尾瀬と釧路湿原のみで残りの地域は全て環境省サイトからのみ，協会サイトと環境省サイト間は全て協会サイトからのみ，協会サイトと地元組織サイト間は全ての地域で互い

にリンクが存在しなかった。また市町村サイトに対しては地元組織サイトではリンク状況にばらつきが見られるものの環境省サイトからは殆どが一方的，協会とはリンクが存在せず，観光協会サイトに対しては公園サイト全体を通して互いにリンクが存在しないサイトが殆どだった。これらの結果から，環境省自身が国立公園に関するウェブサイトでの情報提供戦略を持っていない，故に公園サイトの各主体による国立公園情報提供面での相互の協力ができておらず，そのため誰がどんな情報を提供すべきというビジョンと，各々の役割が明確になっていないと考えられる。

4．総合考察

以上の結果より，国立公園の認知度を上げるために利用者へ向けた情報を提供しようとする場合，行政サイトの中では地元組織サイトが，アクセス数及び認知度が比較的高く，それを活用することが重要ではないかと考える。山田ら（2005）は「検索エンジンでは，すでに利用者が知っている地名や単語でしか検索できないという問題がある」と述べる[15]が，国立公園の認知度が低く観光地としてのみ広く知られる状況では，特に観光客がインターネットで現地情報を入手しようとする場合，漠然とした地域名による検索で安定して1位，あるいは2位といった上位に順位づけられていることは重要であり，将来的にも多くの人に認知される可能性を持っているといえる。

また，利用者側の観点から現地情報や行政情報に比べ，観光計画を立てる，また観光行動を決定するために必要となる選択情報や計画情報は利用者が自発的に収集しようとするためそれだけ認知されやすいと考えられる。どれだけ国立公園の魅力や重要性を伝えようとも，利用情報が不十分であれば実際の公園利用につながらず，またただの観光地としてではない，国立公園としての利用イメージが形成されないため利用者に伝わりにくい。現在は利用の上で十分な選択情報，計画情報の提供が特に観光協会サイトに偏る傾向にあるため国立公園としては認識されず観光地としての利用しかされない地域が多いと考えられる。公園サイトの中では地元組織サイトが最も幅広く選択情報，計画情報を提供している。また検索順位の高さを活かし，国立公園の認知向上と望ましい形での公園利用を促進させるために，今後より多くの地域で地元組織を国立公園のいわばポータルサイト的な存在として，公園概要や自然生態，地形，歴史文化，保全管理の情報など国立公園としての利用イメージを形作る上で必要な情報とともに，地元の民間などとのリンクも充実させながらみどころ，アクティビティ，ビジターセンター，イベント，宿泊・飲食情報，利用プラン，リアルタイムな情報など，単なる地域の観光情報との差別化を図りながら国立公園利用の情報として十分な選択・計画情報を提供し利用者をうまく誘導することが必要である。その点でも実際に現地で運営管理業務を行い，行政と民間の中間的性格を持つ地元組織によるサイト運営が望まれる。

現在は国立公園に関する公園サイト地域サイト全体の情報戦略や協力関係が無く，提供対象や内容も不明確なままに各主体がバラバラに情報を提供している傾向があるといえる。環境省サイトも公園利用者向けの情報提供を行ってはいるが，検索順位・サイト認知度の低さ，国が運営することの限界，提供される利用情報の不十分さ，公園情報や自然情報の地元組織との重複などといった問題が指摘される。また本来環境省が提供すべきはずの公園計画や管理計画，目指す公園のあり方に関する情報は利便性が低くサイト利用者にその情報への到達がされにくいことから，環境省のサイトとしての役割が果たされていない。協会サイトもほとんど知られていないのが現状である。今後，より効果的に国立公園の認知向上を図っていくためには，ウェブサイト上での情報の伝わり方を理解し，サイト内で認知しやすい形でのリンクによる情報提供の協力関係の重要性を認識した上で，各主体がそれぞれの役割と提供すべき情報を明確にしていく必要があると考えられる。すなわち一般利用者に向けた現地に関する具体的な情報提供は地元組織サイトで力を入れ，環境省サイトでは地元組織からのリンクを張ることで認知度を高めながら，自然公園法の内容や公園計画，管理計画，自然保護制度，国立公園の理念，各国立公園の目指すべきあり方など，行政としてのより詳しい内容をわかりやすく伝えるなどといった情報提供の役割の分担を行うべきであると考える。協会サイトも同じく，地元組織サイトからのリンクを張ることで認知度を高め，その上で協会の活動内容紹介や国民への活動参加のよびかけ，また利用者が見て国立公園へ行きたいと思わせるような情報を提供していくことが重要である。

5．まとめ

本研究では，現在国立公園情報を提供するサイトの主体ごとに，サイト認知度や検索順位，提供される内容に大きな偏りが存在し，リンクによる情報補完も少ないことを明らかにした上で，公園サイト同士の情報提供の協力と役割分担の重要性を指摘し，環境省が国立公園に関する国民の認知と理解をいかに効果的に高めていくことができるかについて考察を行った。しかしサイト認知度の高さだけでは国民の国立公園に対する理解に即直結しない。たとえリンクによって情報を補完したとしても，各サイトが自身の役割と提供すべき情報をはっきり認識しなければやはり提供される情報が不十分となり，またリンクが雑然とリンク集に置かれるだけでは殆ど情報補完の意味をなさない可能性もある。ウェブサイト上で一般向けに提供すべき情報の詳細な内容，分量や詳しさ，情報の見せ方などコンテンツに関する検討は日本では殆ど行われておらず，これらを明らかにすることが今後の更なる課題である。

補注及び引用文献

1）国立・国定公園の指定および管理運営に関する検討会（2007）：国立・国定公園の指定および管理運営に関する提言－時代に答える自然公園を求めて－，8-9
2）堀木美告（2002）：日本の国立公園における今後のソフトウェア展開のあり方に関する考察：日本観光研究学会第17回全国大会研究論文集，169-172
3）環境省への第一回ヒアリング結果より（2007.11.13実施。担当は自然環境局国立公園課長補佐　則久氏）
4）金川幸司（1998）：地域観光情報の発信とインターネットの可能性：社会・経済システム17，61-66
5）竹村節子（2000）：旅行者からみた新しい観光情報：月刊観光404，56-59
6）大谷新太郎（2000）：観光地のウェブサイトにおけるコンテンツ掲載に関する研究：日本観光研究学会第15回全国大会論文集，193-196
7）李昌訓（2005）：インターネット観光情報の構成と選好度調査：長崎国際大学論叢5，109-116
8）ビジターセンターのサイトは本研究の対象地域内に3箇所，自然公園財団のサイトは1箇所しか存在しないため調査対象から除外した。また民間の企業や個人のサイトは提供主体や目的，内容が非常に多様であり，利用者が情報を得る上での信頼性に大きなばらつきがあり今回は調査対象から除外した。さらに環境省サイトは，2007年10月にリニューアルした国立公園サイトを対象とした。
9）検索エンジン最適化（Search Engine Optimization）の略。特定の検索エンジンでより上位に検索されるようにサイトを書き換えること。
10）梅田望夫（2006）：ウェブ進化論　本当の大変化はこれから始まる：ちくま新書
11）宮原英種・宮原和子（2001）：観光心理学を愉しむ：ナカニシヤ出版，27-55
12）相京俊二（2000）：観光情報の収集・提供の新展開：月刊観光404，49
13）Lake District National Park Authority：http://www.lake-district.gov.uk/，2008.12.6更新，2008.12.9参照
14）無料でSEO対策を研究する！上位表示研究会：http://www.seo01.com/，2008.9.16更新，2008.9.22参照
15）山田忍・中原知也・清水昭宏（2005）：観光情報収集に適したweb型配信システム：電子情報通信学会技術研究報告：OIS vol.104，No714，55-58