

01-DPC-13

保存本

ファクシミリをツールとしたデータベースサービス実験事業

報 告 書

平成2年3月

財団法人 データベース振興センター

委託先 財団法人中国地域技術振興センター

目 次

はじめに	1
第1章 中国地域データベース推進協議会 事業化検討部会の活動	3
第1節 昭和63年度部会活動	3
第2節 平成元年度部会活動	4
第2章 実験事業の目的とコンセプト	5
第1節 実験事業の目的	5
第2節 実験事業のコンセプト	5
第3章 実験事業の内容	7
第1節 実験の企画	7
1. 実施項目の洗出し	7
2. レジャーデータベースに関するアンケート調査結果	9
3. FAXを活用した情報サービスに関するアンケート調査結果	11
4. サービスコンセプト等に関するアンケート調査結果	13
5. 活動スケジュールの策定	15
6. サービスコンセプトづくり	20
7. システムの検討	23
第2節 実験の準備	27
1. 情報提供者の獲得	27
2. 事務局の設置	29
3. システムの構築	30
4. 情報の収集及び編集	31
5. 広報活動	32

第3節 実験事業の実施結果	3 4
1. サービス実施期間	3 4
2. サービスメニュー及び情報蓄積量	3 4
3. 情報サービスの利用状況	3 5
第4節 実験の評価	3 6
1. 調査の目的	3 6
2. 調査方法	3 6
3. 調査規模	3 6
4. 調査実施時期	3 6
5. 調査項目	3 6
6. アンケート票	3 6
7. アンケート実施結果	3 7
8. アンケート調査結果の考察	4 5
第4章 まとめ	4 7
おわりに	4 9
付属資料	5 0
1. ー①情報フォーマット（横版）	5 1
ー②情報フォーマット（縦版）	5 2
2. パンフレット	5 3
3. アンケート票	5 4

はじめに

今後の地域における産業、企業、社会活動を活性化させて行くためには「情報化」が重要なキーワードで、情報の集積・発信機能の「東京一極集中」を解消し、地域からの情報発信機能を強化してゆく必要があり、このためにも地域における独自のデータベースの構築とその活用がポイントであると考える。

中国地域におけるデータベースの構築促進を図ることを目的として、財団法人中国地域技術振興センターに発足した中国地域データベース推進協議会では、地域データベースの事業化に関心を持つ会員を中心に事業化検討部会を組織しており、昭和63年度より中国地域データベースの可能性の追求、事業化テーマの探索等の調査・研究活動を行っている。

本年度は、財団法人データベース振興センターの委託を受けて、「ファクシミリをツールとしたデータベースサービス実験事業」を実施した。これは、地域データベースの一つの視点として、「情報流通の新市場づくり」や「商況活性化システムとしてのタウンデータベース」の観点より、ファクシミリの持つ情報端末としての潜在力に着目し、「ファクシミリを活用した不特定者向けの情報サービス」を、実験的に実施したもので、これまで、部会で論議した仮設を、実際にサービスを提供することにより検証し、当地域におけるニューメディア（今回はFAXであるが）を用いたタウンデータベースに対するニーズ及びビジネスとしての熟度等を把握し、問題点を広く発掘することを狙いとするものである。

本実験事業では45の情報提供者の協力を得て、B4版100ページ規模のタウンデータベースサービスを約4カ月半の間提供することができ、その期間での総利用回数は550回を越え、評価のためのアンケート調査も行った。種々の制約を受けたミニデータベースの施行ではあったが、地域に於いてデータベースの問題にとり組まれている諸氏に対し、参考となれば幸いである。

本実験事業を進めるにあたって、ご協力をいただいた協議会会員企業、情報を提供していただいた企業及び団体、並びにご支援をいただいた中国通商産業局の皆様
に深く謝意を表する次第である。

平成2年3月

中国地域データベース推進協議会

事業化検討部会

【事業化検討部会】

部会長

山本 潔	日本電信電話(株) 中国支社
藤本 英治	十 和 (株)
植野 勝利	(株) 広 島 銀 行
曾原 修平	(株)広島市産業情報サービス
米田 英昭	(株) 広 島 総 合 銀 行
末次 文夫	マ ツ ダ (株)

【 同 ワーキンググループ】

チーフ

重枝 一生	(株) 広 島 総 合 銀 行
市場 透	日本電信電話(株) 中国支社
上原 一彦	十 和 (株)
旗手 雅崇	(株) 広 島 銀 行
峯藤 節夫	マ ツ ダ (株)

(敬称略、順不同)

【事 務 局】

木曾 武男	(助)中国技術振興センター 専務理事
石井 弘明	同 上 技術課長

第1章 中国地域データベース推進協議会事業化検討部会の活動

中国地域データベース推進協議会は、昭和63年4月に産・官・学の17の企業・団体が参画し、発足した。（前身は昭和61年12月発足、中国地区データベース事業研究会）以来、事業化検討部会をはじめとする、四つの部会での部会活動を中心に、中国地域における地域データベースの構築促進を図るための調査・研究及び啓発活動を行って来た。

事業化検討部会では、データベースをテーマとした異業種交流の場として、狭義の「データベース」のみにとらわれず、広く「情報サービス」として考える視点より、月例の会合をもち、地域データベースの事業化課題について調査研究を行っている。

第1節 63年度 部会活動

部会員の問題意識を統一し、事業化テーマを探索するため、以下のテーマについて文献調査を主体とした勉強を行った。

- (a) 既存データベース、情報サービスの事例研究
- (b) 新しいデータベース（情報サービス）のアイデア検討
- (c) 特定者向けのデータベースと不特定者向けのデータベース
- (d) 「地域気象データベース」「広島共通地図データベース」「ファクシミリをツールとした不特定者向けデータベース」などのケーススタディである。

上記のテーマについて、この1年間でデータベースサービスを事業の対象として明確に論ずるだけの調査・研究を十分に実施したとは言えないが、会合を重ねるごとに、一般論として言われる次の項目について再認識した状況であった。

- (a) 公共機関等に存在する優れた資料の公開など、情報要求と提供が円滑に行なえる社会的基盤の整備が必要である。

- (b) 地域データベースが単独に存在して事業化されることは、例外を除いて困難が予想される。
- (c) 地域あるいは全国のデータベースサービスが実現するための安価なネットワーク、端末、ソフトウェア、あるいは標準が必要である。
- (d) 米国の例に見る迄もなく、データベースサービスが事業として発足する迄には莫大な投資を必要とする。その為、助走期間は公的機関等の助成が必要である。

しかし、上記項目が短期間に解決されることは社会、経済、技術的に困難であることは明白であり、議論に終始することなく次の段階へ研究を発展させるためには、「大きなテーマの極めて小さな部分」であってもサービス等の試行実施を行い、現実から学ぶ必要があることで意見の一致を見た。

第2節 平成元年度部会活動

63年度部会活動の総括をふまえ、「大きなテーマの小さな部分」の実行として「ファクシミリをツールとした不特定者向けの情報サービス実験事業」を選定し、企画、準備、実施を通じて、平成元年度中にデータベース事業化の研究に取り組むこととなった。

第2章 実験事業の目的とコンセプト

第1節 実験事業の目的

本実験は「不特定の利用者を対象に行う情報サービス」をテーマに新しい情報流通の場を設定し、情報提供者と情報利用者に対するテストマーケティングとして地域独自のデータベース構築に向けた問題点の把握を目的として計画した。

この実験を通じ、情報流通の新市場づくりや商況活性化システムとしてのタウンデータベースの事業化等、データベースの内容、提供形態等についてより具体的な論議を深めて行くこととした。

第2節 実験事業のコンセプト

実験内容を検討するにあたっては、63年度部会活動において議論された、以下の点を満足することを考慮して、ファクシミリに着目し、「ファクシミリをツールとしたタウンデータベース」というコンセプトを設定した。

【地域における不特定者向けデータベースの条件】

(a) 端末、利用料が安価である。

(b) いつでも、どこでも利用できる。

(端末の普及が容易、又は、既に普及している。)

(c) 地域に密着、生活に密着した情報が新鮮で信頼性がある。

(d) 操作が簡易である。

不特定者向けの情報提供サービスのデータベース事業を考える場合、端末機器の機種、及び普及状況が問題となるが、今後最も期待されるものの1つにファクシミリがある。

ファクシミリは企業内はもちろん、一般家庭にも急速に普及し始めている。これはメーカーの低価格施策のほかにファクシミリの機能が現在のトレンドに合っていること、ファクシミリを利用した新事業が続々と誕生していることがあげられる。(平成元年3月末での国内推定設置台数は約320万台である。)

したがって、不特定者向けの情報提供において最もネックとなる端末の普及度について、他の用途で設置されたファクシミリを情報端末として利用することでその問題点が大きく軽減される。

現在、最も普及している不特定者向けの情報サービスであるテレホンサービスと同様に、①即時性があり、かつどこでも利用でき、②操作性が容易で、かつ手間がかからない等の特徴に加えて、③記録性がある、④手書きの文字・図形・イラストといったイメージ情報が送れる等の優位性をいかした特徴のあるデータベースが構築できる可能性がある。このファクシミリの潜在力に着目して端末から制御が可能な、ファクシミリ出力機能を有する情報センタを設定し、情報ジャンルを限定して多数の情報提供者を結集し、実用に耐える実験事業として『ぐるめ・いべんとFAX』を提供することとした。

第3章 実験事業の内容

第1節 実験の企画

1. 実施項目の洗出し

「ファクシミリを活用した不特定者向け情報サービス」の実施にあたり、平成元年度内にこの実験事業をとりまとめるため、次のとおり実施項目を決定した。

(1) システムの調査・検討

実験システムは、予算および時間面等から、極力既存のネットワークを活用する方針で検討する。

(2) 情報ジャンルおよびメニューの検討

情報ジャンルおよびメニューは実験の目的における最大のポイントとなるため、十分な調査を必要とする。このため、それぞれの事業所でアンケート調査し、行動パターンやニーズに対応した情報の差異化を重視した内容で検討した。【アンケート結果は、2項～4項のとおり】

(3) 情報提供者（IP）の調査

情報メニューにもとづき、IPのリストアップを行う。

主たる利用者が協議会会員企業の社員と想定されることから、広島市内、特に中心部の店舗とする。

なお、調査活用資料等については以下のものを重視した。

- ・職業別電話帳
- ・タウン情報誌
- ・会員企業の社員の口込み情報

(4) 提供情報の収集

情報の収集は最も時間とエネルギーを要すると考えられ、より効果的にIPに協力をいただくため、次のパターンで実施する。

フェイズ1 —— 挨拶状の郵送

フェイズ2 —— 電話による再度の依頼と協力の確認

フェイズ3 —— 必要に応じ訪問

(5)提供情報の編集・作成

提供情報のフォーマット作りとIP情報は共通情報と個有情報に分けて編集することとした。

区分	内容	内 容
共 通 情 報		道先案内 営業日・時間帯
個 有 情 報		料理メニュー —— 目玉商品 料金システム —— 飲み食い放題、クレジットOK

(6)情報の入力・メンテナンス

入力は誰が・何処でおこなうか？ 投入後のメンテナンス情報を収集し、入力については、中国地域技術振興センタより業務委託で対応することを検討する。

(7)実験事業のPR

「情報サービスメニュー」を作成し、会員企業の社員に配付し利用促進を行う。

(8)実験事業の実施

実施期間は平成2年3月までとし、利用データを蓄積する。

(9)実験事業の評価・とりまとめ

実験における利用データ等を分析することで実験の評価を行う。

Age Group	Percentage of Respondents
18-29	85%
30-49	80%
50-69	75%
70+	70%

を行った結果は以下のとおりであった。（実施時期：平成元年５月２６日）

(1)对象

(株)広島総合銀行行員 31 名の回答者年齢層はつぎのとおり。

(单位:人)

	男 性	女 性	計
10才台	—	2	2
20 "	2	12	14
30 "	10	—	10
40 "	5	—	5
計	17	14	31

(2) 調査結果

①利用希望 男性 9名 女性 6名 計15名

②利用目 (単位:人)

	男 性	女 性	計
・ウィークデー	3	5	8
・休 日	8	2	10
計	11	7	18

(重複回答あり)

③時間帯 (単位:人)

	男 性	女 性	計
・ 午 前	5	—	5
・ 午 後	4	3	7
・ AM9:00	1	—	1
・ ランチタイム	4	—	4
・ 77ターファイブ	3	6	9
計	17	9	26

(重複回答あり)

④利用場所

(単位：人)

	男 性	女 性	計
・会 社	3	1	4
・自 宅	2	3	5
・街 頭	4	2	6
計	9	6	15

⑤利用内容

男 性	女 性
イベント情報	レストラン・喫茶店の場所
行楽地ガイド	メニュー ・雰囲気
百貨店の催物	イベント
レジャーガイド	開店・改装店の情報
パチンコ店の新装開店	ナイトスポット案内
住宅展	パーティの案内・レジャー施設ガイド
バーゲン	バーゲンの案内
安くておいしい食堂	ブティック・百貨店の催物

3. F A Xを活用した情報サービスに関するアンケート調査結果

(株)広島銀行において、「F A Xを活用した情報サービスに関するアンケート調査」を行った結果は以下のとおりであった。(実施時期：平成元年6月5日)

(1)対象

(株)広島銀行員行員46名の回答者年齢層はつぎのとおり。

(単位：人)

	～25	26 ～30	31 ～35	36 ～40	41 ～45	46～	計
男 性	0	8	5	3	2	0	18
女 性	11	8	7	2	0	0	28
計	11	16	12	5	2	0	46

(2)調査結果

①利用意向 …… あり 45名 なし 1名

②利用日

(単位：人)

	月	火	水	木	金	土	日
男 性	3	4	3	5	8	6	4
女 性	1	0	5	2	9	12	2
計	4	4	8	7	17	18	6

③時間帯

(単位：人)

	午 前	午 後	昼食時間	アフターファイブ	AM9:00～
男 性	3	3	3	8	0
女 性	9	6	3	8	2
計	12	9	6	16	2

④利用場所

(単位：人)

	会社	自宅	街頭	計
男 性	1 0	4	3	1 7
女 性	1 1	1 1	6	2 8
計	2 1	1 5	9	4 5

⑤利用したい情報

男 性	女 性
・観光情報 ・ゴルフ場・テニスコート情報 ・レジャー情報 ・交通機関空席情報 ・映画・コンサート情報 ・レストラン・グルメ情報 ・イベント情報 ・政治・経済界のトップニュース ・住宅情報 ・就職情報 ・入学受験情報 ・為替相場情報 ・釣場情報 ・全国天気予報	・スポーツ情報 ・レジャー情報 ・交通機関空席 ・宿泊情報 ・映画・コンサート情報 ・レストラン情報 ・イベント情報 ・道路情報 ・バーゲン案内 ・海外旅行情報 ・住宅情報 ・株式情報

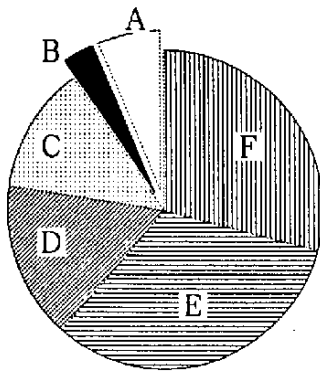
4. サービスコンセプト等に関するアンケート調査結果

NTT中国支社及びNTT中国テレコムサービス㈱において「サービスコンセプト等に関するアンケート調査」を行った結果は以下のとおりであった。

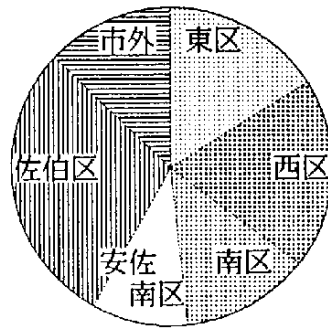
(1)対象者 NTT中国支社&テレコムサービス㈱の社員30名

(2)調査結果

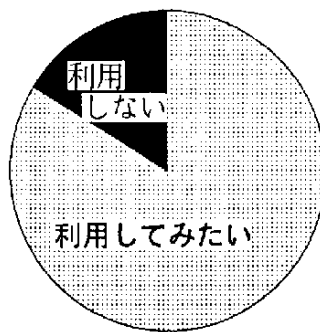
アンケート 内容		年令ランク		A ～25	B 26～30	C 31～35	D 36～40	E 41～45	F 46～	トータル	
① 対象者の年令層				5	6	1	7	7	4	30	
②住 所	東区			2	1	—	1	—	—	4	
	西区			3	1	—	2	1	1	8	
	南区			—	2	1	2	—	1	6	
	安佐南区			—	1	—	2	3	1	7	
	佐伯区			—	—	—	—	1	1	2	
	広島市外			—	1	—	1	1	—	3	
③利用意向	あ り			4	4	1	4	4	4	21	
	な し			1	2	—	4	2	—	9	
④利用して みたい日	月			2	—	—	1	1	—	4	21
	水			1	—	1	1	1	—	4	
	木			1	—	—	—	1	1	3	
	金			3	3	—	—	3	1	10	
	土			2	1	—	—	1	1	5	14
	休日			1	3	—	2	1	2	9	
⑤利用する 時間帯	A M			1	1	—	1	—	1	4	
	P M			3	3	—	2	2	2	12	
	～ 9			1	—	—	—	1	—	2	
	ランチタイム			1	—	—	1	3	1	6	
	5 ～			—	2	1	2	1	1	7	
⑥利用する 端末機の 設置場所	社 内			3	3	1	2	4	3	16	
	自 宅			1	—	—	2	—	—	3	
	街 頭			—	—	—	1	—	1	2	



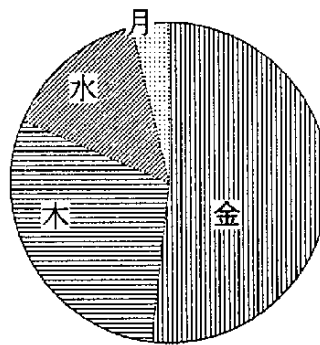
〔①対象者の年齢層〕



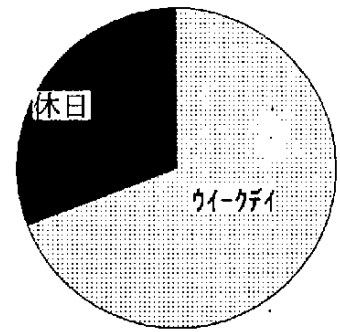
〔②住所〕



〔③利用意向〕

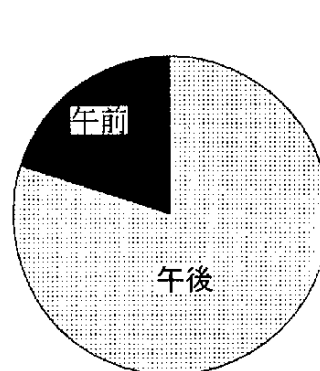


a. ウィークデイの内訳

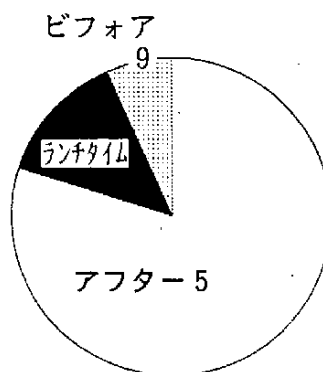


b. 休日ORウィークデイ

〔④利用してみたい日〕

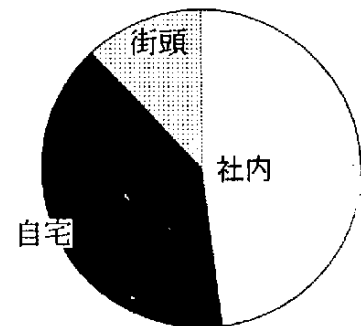


a. 午前OR午後



b. 時間帯

〔⑤利用する時間帯〕



〔⑥利用する端末機の設置場所〕

5. 活動スケジュールの策定

「ファクシミリを活用した不特定者向け情報サービス」の実験事業を進めていくにあたっては、あくまで実験とし、平成元年度中に一応打ち切るという方針でスケジュールの策定を行った。

各々の役割りは、部会で方針・計画・決定・進行チェックを行い、ワーキング（以下WGという）で計画の具体案策定・実行・運営を行う。

WGは、企画・渉外とセンター運営の2グループで活動を行うこととする。

活動計画は、大きく分けて次の①～⑤と並行して⑥～⑨を上半期で行うこととする。

- | | |
|-----------------|------------------|
| ①情報サービスのコンセプト策定 | ⑥情報データベースの作成 |
| ②情報メニューの絞り込み | ⑦情報データベースのメンテナンス |
| ③情報メニューのシナリオ作り | ⑧一般へのPR |
| ④情報提供者（IP）の調査 | ⑨実験の分析・評価 |
| ⑤情報提供者（IP）の勧誘 | |

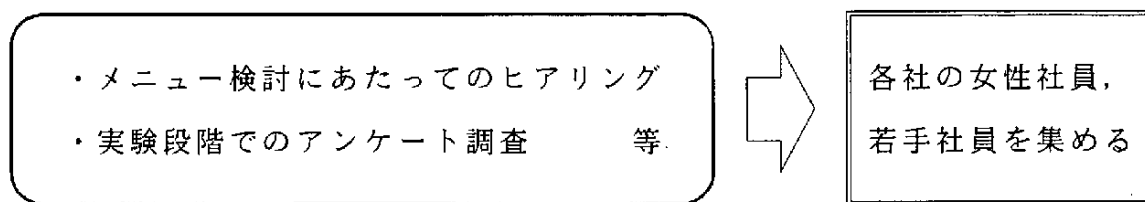
その進め方、考え方及びスケジュールは以下のとおりである。

(1)平成元年度事業化検討部会の進め方

- ① 企画及び準備段階でのワーキンググループ別活動及び担務
（計画及び実施準備フェーズでの取り組み）

ワーキンググループ		担 当 内 容	担当会社
Aチーム	メニュー企画 及び 渉外グループ	・ 情報内容、メニューの検討 ・ データベースの編集方法の検討 ・ 協賛会員企業への働きかけ、IPの組織化 ・ モニター集団の組織化 ・ PR方法の検討	広島銀行 広島総合銀行 十和 マツダ NTT
Bチーム	センター及び 業務担当 グループ	・ システム検討 ・ 事務局業務、受託業務の検討 ・ システムの維持方法の検討 ・ 実験の評価方法の検討	広島市産業 情報サービス NTT

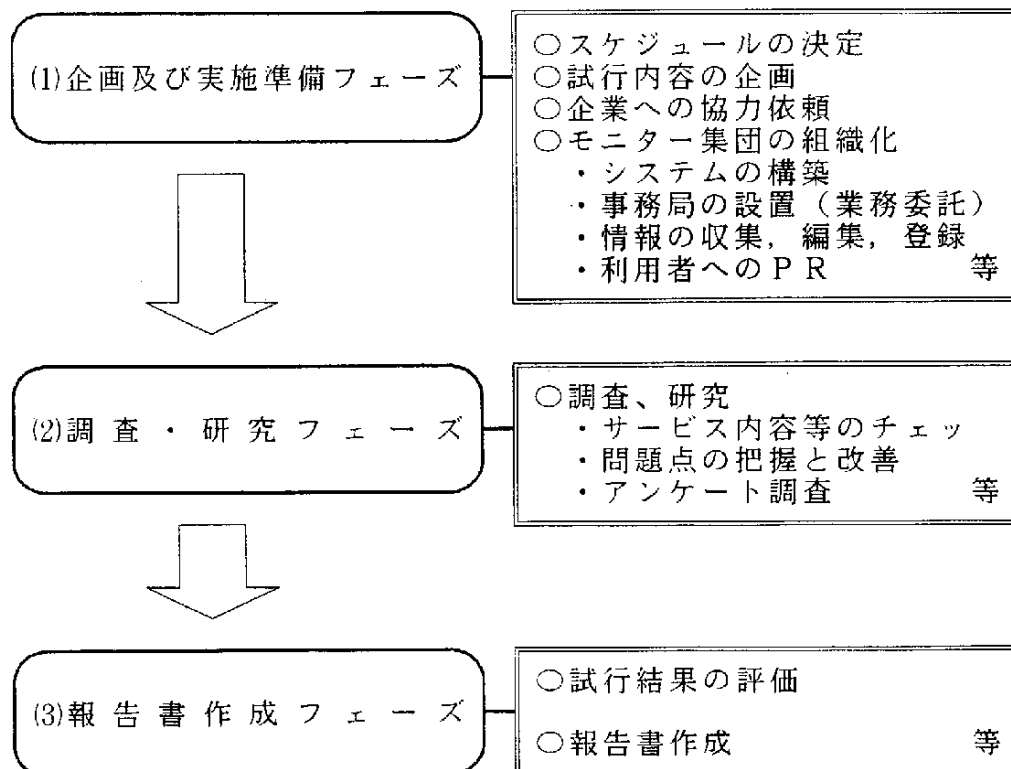
② 利用想定者（ターゲット層）のモニター集団の組織化



(2) スケジュール

スケジュール	8 9'										9 0'		
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
部 会	★4/17 キックオフ ①5/18 ——・②6/15 ——・③7/20 ——・④8/24 ——・⑤9/21 ——・⑥10/19 ——・⑦11/16 ——・ ⑧12/21 ——・⑨1/18 ——・⑩2/15 ——・⑪3/15 ——・												
実施内容	(試行実施) (本格実施) 企画及び実施準備 調査・研究												

報告書作成



(3)グループ別活動計画

スケジュール ワーキンググループ	8 9'							
	4	5	6	7	8	9	10	
企画・渉外 グループ	★ 4/14 キックオフ 情報内容、メニューの検討 モニター 集団組織化 ♡ 第1回 モニター会議 ♡ 第2回 モニター会議 I P の勧誘 メニューの確定 情報の収集 データベース編集方法検討 P R 方法の検討、実施							
センタ運営 グループ	システム検討 事務局業務の検討 委託業務の検討 システムの維持方法の検討 実験の評価方法の検討							

※ 月例の部会で報告，討論を行う。

(4)部会における検討事項

部 会	月 日	検 討 事 項
第 1 回	5 月 1 8 日	☆第 1 回企画会議 1. 6 3 年度活動内容のおさらい ・キャプテン等の問題点の再チェック, ファクシミリ DB の情報に反映させるポイントの整理 2. 実験事業のフレームワーク策定 〔方向性の確認〕
第 2 回	5 月 2 9 日	●WG 会議 (キックオフ)
第 3 回	6 月 1 5 日	☆第 2 回企画会議 1. 基本計画の策定 2. WG 中間報告
第 4 回	7 月 2 0 日	☆第 3 回企画会議 1. 実施計画の決定 2. 準備作業, 中間報告
第 5 回	8 月 2 4 日	☆第 4 回企画会議 1. 実験内容のチェック
第 6 回	9 月 2 1 日	1. 研修会 2. 情報交換
第 7 回	10 月 1 9 日	1. 改善施策の検討と実施
第 8 回	11 月 1 6 日	1. 情報交換
第 9 回	12 月 2 1 日	1. アンケート調査の企画 2. 提供情報のメンテナンス
第 10 回	1 月 1 8 日	1. アンケート調査の実施 2. 提供情報のメンテナンス
第 11 回	2 月 1 5 日	1. 試行結果のエバリュエーション 2. 提供情報のメンテナンス 3. 次年度 DB 協活動の事業計画
第 12 回	3 月 1 5 日	1. 「報告書」のまとめ 2. 次年度への提言のとりまとめ

6. サービスコンセプトづくり

(1) ニーズ調査

サービスコンセプトづくりとして、“今こういった情報が望まれ”、また、“具体的にはどのようなものに興味を持っているのか”といったニーズを調査するため、参加（会員）企業の社員を対象としたアンケート調査を実施した結果、つぎのとおりである。

アンケート調査結果（対象 107 名）

	男 子 社 員	
	若い層（～30才）	中年層（31才～）
衣	・ブランド商品（入荷情報）	・ベビー用品 ・LLバーゲン ・ブランド商品情報
食	・お店 ・ビヤガーデン	・お店（エスニック料理等） ・飲み食い放題のお店 ・カロリー計算
住・その他	・展示、イベント、コンサート情報 ・道路、交通情報 ・観光地（名所）情報	・展示、イベント情報 ・つり情報 ・アパート、マンション情報

	女 子 社 員	
	若い層（～30才）	中年層（31才～）
衣	・ファッション ・バーゲン ・リフォーム	・バーゲン ・プティック ・着こなし
食	・新装、新規開店情報 ・珍メニュー（民族料理店）の 情報 ・献立、クッキング	・献立、クッキング ・新装、新規開店情報 ・各種料理の専門店情報
住・その他	・旅行（ツアー）情報 ・映画、ドライブコース 等の情報	・イベント、コンサート情報 ・旅行（ツアー）情報 ・観光地（名所）情報

アンケート結果はさまざまな回答となったが、これらを「衣」「食」「住・その他」と分類し、それぞれ検討すると、傾向は次のようになることがわかった。

- ・「衣」……………男性・女性とも“バーゲン”に関する情報を期待している。
- ・「食」……………どの層とも“新規新装開店”“各種専門店等”催し物の情報を期待している。
- ・「住・その他」……男性・女性とも“展示・イベント・コンサート等”催し物の情報を期待している。

したがって、情報種類は最大公約数的なものを指向し、「各種飲食店の情報（＝グルメ情報）」と「バーゲン・展示会・イベント・コンサート等の催し物の情報（＝イベント情報）」とした。

(2) グルメ情報の検討

「グルメ情報」については、男性・女性、或いは独身・家族といった層に区分し、それぞれに適合可能な種類を検討した結果、下記の4種類の情報種類とした。

グルメ情報の種類	ファミリー	独身	男 性		女 性	
			若い層	中年層	若い層	中年層
ファミリータイプ （家族と食事ができる店）	○	×	×	○	×	○
プライベートタイプ （親しい人と食事ができる店）	×	○	○	×	○	×
パブリックタイプ （会社の同僚で食事のできる店）	×	×	○	○	×	×
フレンディタイプ （友達同士で食事のできる店）	△	○	○	○	○	×

(3) サービスコンセプト

実験事業としてのサービスシステムの規模の制約から、情報量としては、
B 4・1 0 0 ページを限度に設定し、タウン情報として「イベント情報」
（ホール、デパート等の催しもの紹介）と「グルメ情報」（お店の紹介）
のジャンルに絞り込みを行った。

また、情報の鮮度としては、日刊紙とタウン誌の間をねらい、数週間
単位の更新を行うこととした。

ユ ー ザ ー	キャッチフレーズ 『電話 1 本で F A X によるホットな情報入手』
---------	---

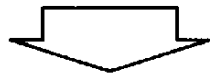


ファクシミリをツールとしたタウンデータベース

ぐるめ・イベントと F A X



『ユーザーフレンドリー
な行動に結びつく
情報提供』を志向



情報提供者	新たな「広告・宣伝チャンネル」としての可能性、 潜在力に注目し、従来の広報媒体用（新聞、雑誌、 チラシ等）の情報のマイナーチェンジで活用
-------	--

7. システムの検討

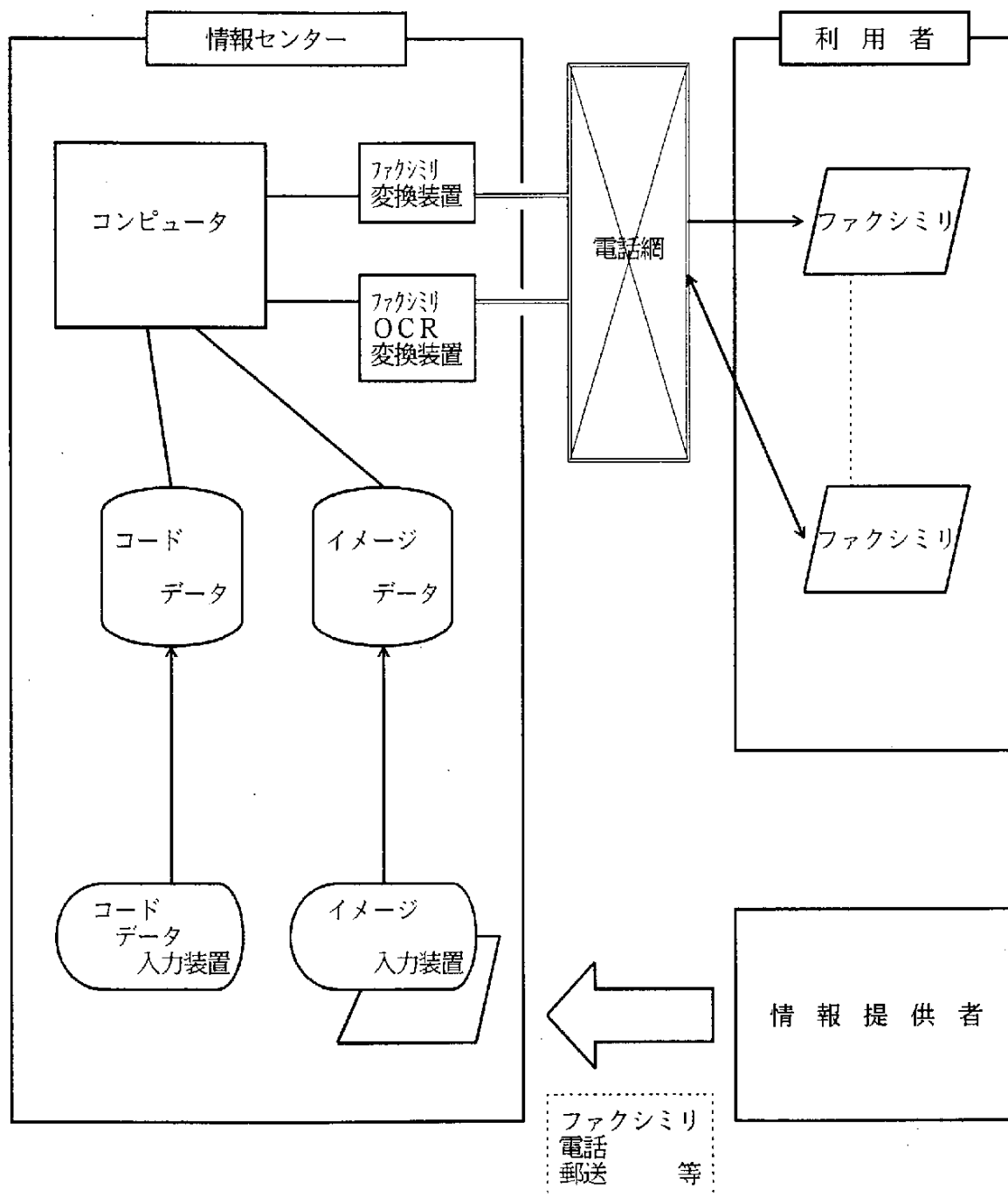
(1) ファクシミリを活用した情報システムの検討

本実験のシステムの具備すべき、センタ設備とネットワーク設備の機能面のポイントとしては次の点を満足する必要がある。

- (a) 画像・文字情報を同時に蓄積できること。
- (b) 全国どこからでも、いつでも(24時間)サービスが可能なこと。
- (c) 不特定多数のアクセスに対処できること。

ファクシミリを使用し、画像文字情報を同時に蓄積し、不特定のアクセスに対処可能な、機器構成及びネットワーク設備の形態としては、次ページに示すような、センタにホストコンピュータを設置し、イメージスキャナ等の周辺機器を配備した設備が想定される。又、一方、情報の更新、センタの維持・管理のための体制が必要となってくる。このため、会員企業等において、ファクシミリ出力機能を有する、ホストコンピュータの当実験への提供及び運営に対する支援の可能性について検討を行ったが、適当なマシンを見い出すことができなかった。

【ファクシミリを活用した情報システム】



(2)適用性評価

前項の検討結果より、協議会活動の範囲内で実現可能性がある、次の2案について適用性を評価することとした。

〔案1〕既存の商用ネットワークサービスである、「NTTファクシミリ通信網サービス（以下Fネットという）」を利用する。

〔案2〕システムメーカーの商品である、「パソコン利用型のFAXシステム」を購入し、利用する。

(3)評価結果

〔案1〕及び〔案2〕の適用性評価の結果は次表のとおりである。

システム案 評価項目		F ネット	パソコン型 F A Xシステム
①画像・文字情報の 同時蓄積機能		有り	有り
②蓄積情報量 (1回線あたり)		B4版 100ページまで	概ねB4版 100ページまで
③ネット ワーク	通信網	ファクシミリ通信網	一般加入電話網
	料 金	枚数による従量制 《遠近隔差は小》	通信時間に対する 課金性 《遠近隔差は大》
④複数アクセスへの対応 (1回線の場合)		可能	不可
⑤システムの構築・運用 に係わるコスト		4万円／月以下	200万円以上
⑥センター運用稼働		不要	要

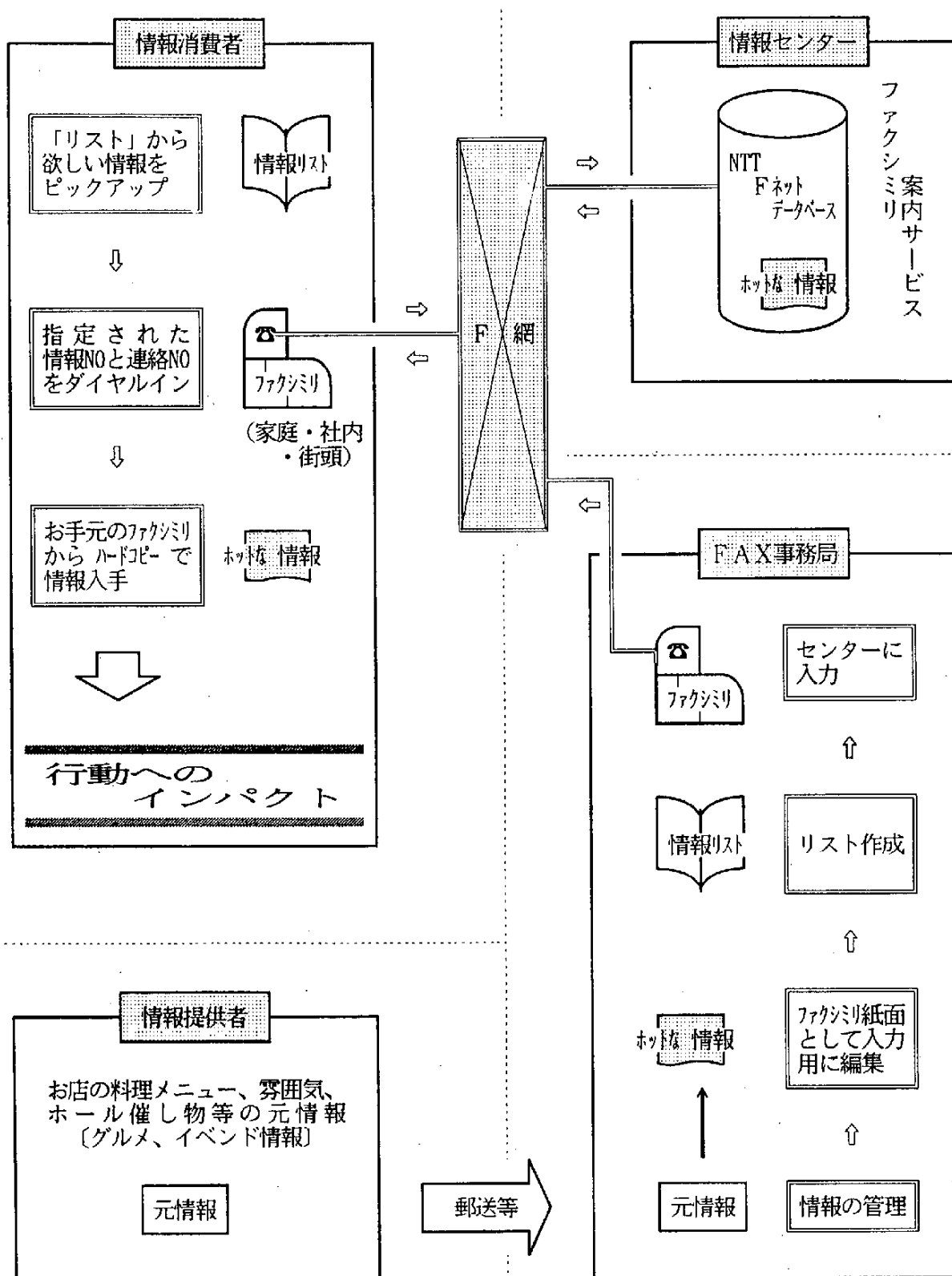
上記、適用性評価の結果から以下の点により、今回の実験システムとして優位となる「Fネット」を採用することとした。

- ①約200万円の設備を購入する必要がない。
- ②複数アクセスに対応可能。
- ③システム構築運用コストが低い。
- ④センター運用稼働を要しない。

(4)実験システムの概要

本実験で採用した「システムの概要（情報流通の仕組み）」は下図のとおりである。

【システムの概要（情報流通の仕組み）】



第2節 実験の準備

活動スケジュールに従って、当部会のメンバー各社が分担して以下のような準備活動を行った。各メンバーとも忙しい本業を持つ身のかたわら、精力的に、またチームワーク良く進めることができ、何とか12月からの実施にこぎつけた。

1. 情報提供者の獲得

(1) 情報提供者の選定作業

以下に示す手順で情報提供者の選定を行い、サービスメニューを絞り込んだ。

① 企画時のサービスコンセプトに見合った情報提供者のリストアップ

- ・ワーキンググループ（以下WG）で、各々の体験をもとに情報提供者をリストアップし、グルメはファミリー・プライベート・パブリック・フレンドリィに分類した。
- ・イベント関係はホール・デパートを中心にリストアップしたものを基本とした。

② 情報提供者の絞り込み

サービスシステムの規模の制約（B4・100ページ以内）の面から次のような基準でメニューの絞り込みを行った。

〔絞り込みの基準〕

- ・実験としての実現可能性の高いもの（情報入手・メンテナンス・作業規模）
- ・類似のものとの違いが出せるもの（タウン情報誌・案内誌との違い）
- ・雰囲気の良い店で、WGメンバーの体験から自信を持って推奨できるもの。

(2) 情報提供者へのアプローチ

① セールスポイントの取り出し

選定した情報提供者に十分理解していただき協力を得るために、次のような特徴をとり出した。

- ・地域に密着した活動であること（地域性）
- ・新しい広告・宣伝のあり方を提案したもの（斬新さ）
- ・電話一本で利用できる手軽さ（利便性）

②情報提供者の勧誘

当協議会の会長名での案内状を送付し、その上で、電話・訪問などのセールス活動を実施した。しかしながら、簡単には情報提供者の承諾を得ることは出来ず、この点が今回の実験においてメンバーに最も負担の重い作業となったようだ。

とくに、昨今の情報過多の状況下においては、案内状がなかなか情報提供者のキーマンに届いておらず、情報管理のむづかしさをかい間見た気がした。

③情報提供者へのアプローチの改善

上記勧誘活動の経験をメンバー相互に持ちより、いくつかアプローチの上での工夫を重ねて繰り返し勧誘を行い、何とか実験開始できるだけの協力を得ることが出来た。

それらの工夫の中で、電話よりも訪問、費用負担ゼロで新しい広告形態が利用できるメリットの強調、意志決定者に会うこと、メンバー所属企業を明かして信用を得ること、同業他社の当実験への参加状況の説明などの工夫は、特に効果があったようである。

こうした苦心の末に獲得できた情報提供者には、たび重なる訪問・督促でいろいろ御迷惑をおかけしたが、協力を得た情報提供者には当実験に高い関心を持っていただき、その利用結果に注目していただいている。

(3)情報提供者獲得の結果

計画した情報提供者51社のうち45社は獲得でき、小さくとも先づ体験してみる という当実験の主旨からみれば、十分満足できる準備が出来た。

WGメンバーも、この勧誘活動を通じて、情報提供者獲得のむづかしさや、企業機密にかかわる情報メニューの取扱いノウハウなど、いろいろと体験でき、データベース事業のあり方について貴重な経験をすることができた。

2. 事務局の設置

(1) 目的

本実験事業を実施するにあたって次の2点を目的として事務局を設置した。

① 情報収集体制を確立する

情報提供者との連絡及び問合わせ時の窓口を明らかにするとともに一元化することにより、新鮮で正確な情報提供とする。

② 実験事業の運用・管理体制を確立する。

事務局の業務を行うための通信設備及び作業スペースを確保し、情報利用者からの問合わせ及び、協議会会員との総合的な窓口とし、全般的な運用管理を行う。

(2) 事務局設置期間

事務局設置期間は、実験準備期間を含め、平成元年11月上旬から平成2年3月末とした。

(3) 設置場所

設置場所は、一般の問い合わせ対応や、情報提供者との窓口業務等の事務局業務をフォローする必要があることから実験事業を企画・実施した協議会会員企業内とした。

(4) 事務局設備及び開設時間

一般問い合わせ用電話回線（1回線）及び「Fネット」入力、更新用FAX回線（1回線）を確保し、事務局開設時間を土・日曜及び祝日を除く午前9時から午後5時とした。

3. システムの構築

本実験のシステムに利用する「F ネット」への加入及び、情報蓄積量（B 4 版・100 ページ）を確保するため、所定の手続きを行い、平成元年11月より、システム運用を可能とした。

(1) 試行サービスの実施

情報提供者からの情報入手や編集などシステムの運用方法を確立し、事務局業務を円滑に進めるとともに、まず、事業化検討部会会員企業内でのPRを図るために、実際に提供するFAX情報の投入を行い試行サービスを行った。

（試行期間：平成元年11月上旬～平成元年12月上旬）

(2) 機能確認

試行サービス実施とともに、情報更新時を想定したシステムの機能確認を行い、動作状況は良好であった。

- ・ 「停止」 : 旧情報の取消し
- ・ 「登録」 : 新情報の入力
- ・ 「確認」 : 新情報の入力確認
- ・ 「開始」 : 新情報のサービス開始
- ・ 「利用状況の確認」 : アクセス数（累計）の把握

3. 情報の収集及び編集

(1) 広告物等の保有状況

本実験に協力していただいた情報提供者（I P）について、元情報となるチラシ・パンフレット等の既存広告物の所有状況は下表のとおりで、広告物を所有するI Pが多く、広告・宣伝の必要性を認識しているものと思われる。

① 広告物有り	② 広告物なし	③ 不 明	全 体
(58)	(20)	(22)	(100%)
2 6	9	1 0	4 5

① 広告物有りは、既存の広告物等を所有しているI P

② 広告物なしは、既存の広告物等を所有しないI P

③ 不明は、I P側がF A X情報用に利用できる既存の広告物を持っているとしていたが、結果として、適当な広告物がなかったI P

(2) 情報の編集

情報の提供にあたっては、共通のフォーマット（付属資料1. 情報フォーマットを参照）を設定し、情報提供者側で与えられたスペースの範囲内で自由に、企画・作成ができる方法をとった。これを十分に活用して、創意工夫したオリジナリティーのある提供紙面を作成したのは5社であり、その他の会社では、何らかの材料を事務局に提供し、編集を事務局へ委ねるケースが多かった。

今後、こうした実験あるいはサービスを行う場合には、魅力的な紙面を確保するため、P O P・デザインに関するコンサルタント能力が不可欠であると感じている。

3. 広報活動

(1)新聞への掲載

本実験は、中国地域における新たな情報流通のイベントとして、全国的にも、例のないものであり、中国地域データベース推進協議会の主要な活動の一例として、中国新聞社より取材を受けた。

電話ファクスで 生活情報提供へ

中国地域
データ協

中国地域データベース協議会は十一日から電話ファクスを利用した生活情報の提供を始める。飲食店のメニューを紹介したグルメ情報、百貨店や美術館のイベント、会員企業のPRで、来年三月末までの実験事業。利用状況などを分析し、今後の普及方法を検討していく。

提供する情報は三項目百種類。実験事業のため利用者やデータベースへの登録者は通信料だけ負担し、情報料は無料となっている。回線はNTT

Tのファクシミリ通信網(Fネット)を利用。Fネットに加入している電話ファクスから情報を引き出す。

送られてくる情報は一メニューB4判一枚。負担する通信料は広島市内が一枚当たり

四十円 市外(長距離)は五十円。情報の取り出し方法はフツシユホンで162をダイヤル。断続音が聞こえたら#2842409932に続いて希望の情報番号と#を押す。問い合わせは8082(240)9031。

〔中国新聞(朝刊) 平成元年12月9日(土)〕

また、一般の新聞購読者から、当日を中心に問い合わせが数件あり、本実験の主旨説明に対して、理解を得るとともに、我々の活動への率直な意見を得ることができた。

(2)広報用パンフレットの作成・配付

広報用パンフレット2000部を作成し、中国地域データベース推進協議会に参画する企業・団体を中心に配布し、「ぐるめ・いべんとFAX」の紹介と利用促進を図った。

(付属資料2. パンフレットを参照)

第3節 実験事業の実施結果

1. サービス実施期間

実験の企画から実験の準備を経て、本格的な情報サービス開始を行ったのは平成元年12月11日（月）からで、実験終了時期は中国地域データベース推進協議会の活動方針である年度内完了に従い、平成2年3月31日までの約3ヶ月半を情報サービス実施期間とした。

2. サービスメニュー数及び情報蓄積量

情報サービス実施期間における各月末のサービスメニュー及び情報蓄積量を下表に示す。この間の情報メンテナンスについては、情報提供者側からの「メンテナンス情報通知」に基づき、逐次、FAX情報事務局において更新を実施した。

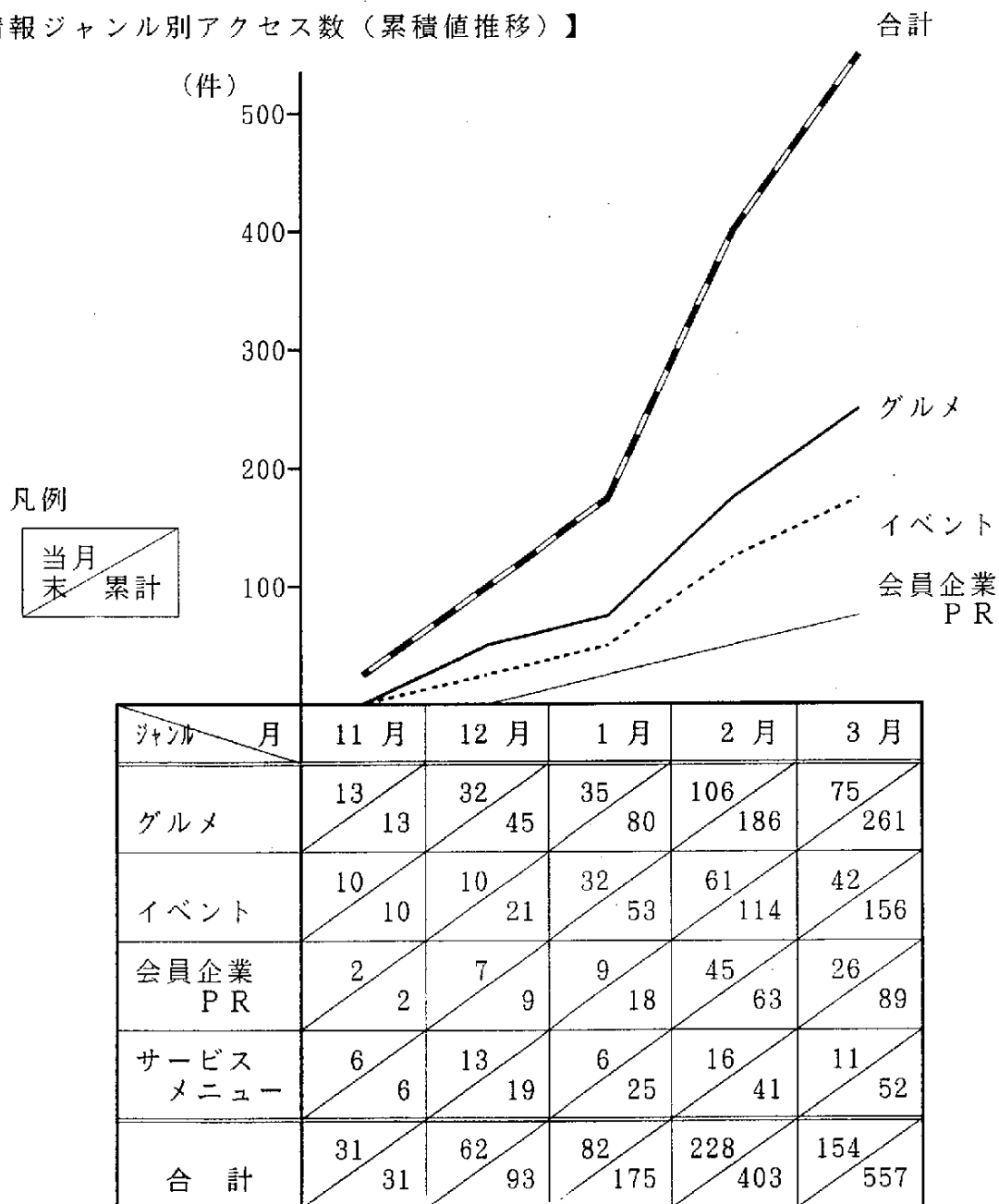
【サービス中メニュー、月末情報量及び更新情報の推移】

内 訳		年 月		平成元年		平成2年		
		1 1	1 2	1	2	3		
グ ル メ	サービス中メニュー数	1 3	2 2	2 2	2 5	2 0		
	当月中更新枚数	3 4	1 1	7	4	3		
	月末蓄積数	3 4	2 2	2 2	2 5	2 0		
イ ベ ン ト	サービス中メニュー数	1 0	1 2	1 3	1 2	1 1		
	当月内更新枚数	2 3	2 4	2 7	2 0	1 7		
	月末情報蓄積数	2 3	1 7	1 5	1 7	1 7		
会 員 企 業 P R	サービス中メニュー数	2	6	5	5	5		
	当月内更新枚数	1 2	1 8	1 4	8	8		
	月末情報蓄積数	1 2	1 8	1 1	1 5	1 4		
計	サービス中メニュー数	2 5	4 0	4 0	4 2	3 6		
	当月内更新枚数	6 9	5 3	4 8	3 2	2 8		
	月末情報蓄積数	6 9	5 7	5 1	5 7	5 1		

3. 情報サービスの利用状況

平成元年11月以降の施行サービス期間を含めた各情報ジャンルの月別アクセス数の推移は下図のとおりとなり、アクセス総数（平成2年3月末）は557件であった。

【情報ジャンル別アクセス数（累積値推移）】



アクセス数推移から、平成2年2月末データが急激な増加を示しているが、この主要因は、「紹介用パンフレット」を企画・作成を行い、平成2年1月末から2月上旬にかけて、中国地域データベース推進協議会会員企業に広く配布、PRしたことによって、普及促進に大いに貢献した結果と考えられる。

第4節 実験の評価

1. 調査の目的

「ぐるめ・いべんとFAX」利用者の平常におけるタウン情報の入手方法及びFAXを利用した新たな情報サービスに対する反応を把握する。

2. 調査方法

「ぐるめ・いべんとFAX」利用者に対して、アンケート調査を実施する。

3. 調査規模

アンケートの規模は、中国地域データベース推進協議会の事業化検討部会の会員企業内社員を中心に行い、アンケート調査票120枚を配布し100枚以上の回収を目標とした。

4 調査実施時期

本情報サービスの利用普及を考慮して、情報サービスを開始して2ヶ月後を実施時期とした。

5. 調査項目

調査項目は以下のとおりである。

- (a) 利用者の現状での情報入手手段について
- (b) FAXの情報端末としての将来性について
- (c) 本情報サービスのシステムについて
- (d) 本情報サービスの提供した情報内容について

6. アンケート票

作成した「アンケート票」は付属資料3.を参照。

7. アンケート実施結果

(1) アンケート回収状況

アンケート回収状況は、下表のとおり、高い回収率を得た。これは、会員企業を中心に会員から回答者に直接調査票を配布したこと、並びに当実験サービスに対して深い理解と関心度に起因するものと考えられる。

【アンケート回収状況】

アンケート実施時期	① 配布数	② 回収数	③＝②／① 回収率
平成2年2月20日 ～ 平成2年3月9日	120	96	80%

(2) アンケート集計結果の概要

問1 食事・イベントの情報源

アンケート対象者96人中、61人が「タウン誌、雑誌」を情報源として利用している。続いて「テレビ・ラジオ」「広告・チラシ」「新聞」の順で、マスメディアを中心に従来のメディアによるものが多く、「ハローダイヤル」「テレホンサービス」「キャプテンサービス」等、新しいメディアの情報提供サービスによるものについては利用が少ない。

問2 一般生活情報の情報源

一般生活情報における情報源としては、食事やイベントの情報と同様、マスメディアがメインで、アンケート対象者96人中、71人が「広告・チラシ」を利用している。

問3 サービスの利用回数

利用回数5回以下が全体の約9割を占め、そのうち1回利用は32.3%であった。

利用回数は1～3回が52.1%（うち1回は32.3%）、4～5回が36.4%とかなりの人が複数回利用している。

問4 利用した時間帯

利用した時間帯は「お昼休み」が39.6%で最も多く、ついで「アフター5」の29.2%となっている。

問5 利用したFAXの設置場所

全回答者が「社内」と解答している。

会員企業における利用が中心であったため、一部不明を除いて全て「社内」のFAX利用となっている。

問6 情報取り出し時の感想

情報取り出し時のFAXの操作方法に対する感想は「普通」と答えた人が半数の49%であるが、面倒と答えた人（27.1%）が簡単と答えた人（17.7%）を上回っている。

問7 各種端末機器の操作方法

各種端末機の中で、「FAX」が最も操作が簡単と答えた人は71.9%で最も多く、続いて「ワープロ」56.3%、「ファミコン」43.8%、「パソコン」21.9%、「キャプテン端末」20.8%の順となっており、FAXの情報端末としての優位性を示している。

問 8 最適なダイヤル桁数

実験サービスでは、広島市内の場合は12桁、市外は15桁であったが、本調査の絶対評価からは、5桁以下が66.7%となっており、ダイヤル桁数の短縮が望まれている。

問 9 情報の取り出し（アウトプット）に要する時間

情報のアウトプットに要する時間は、過半数（51.0%）の人が、遅いと感じている。

問 10 実際の所要時間

実際には情報のアウトプットまでの所要時間は、「1分程度」以下が56.3%になっている。

問 11 サービスを利用した動機

「人から聞いて興味を持った」と「人から勧められて」のいわゆる“口コミ情報”による利用の動機が70.8%を占めている。

問 12 利用したタイミング

本サービスを利用したタイミングはこの情報サービスを知って、「すぐ取り出してみた」人が43.8%となっている。

問 13 サービスのオリジナリティ

本サービス自体の目新しさや独自性等、オリジナリティについては、「はい」と答えた人が49.0%で「いいえ」と答えた人を上回っている。

問 1 4 利用したサービスのジャンル

利用したジャンルは、グルメが65.6%で最も多く、続いて、イベント44.8%、会員企業PR16.7%となっている。

問 1 5 一人あたりの利用回数（情報ジャンル別）

①グルメ

1回の人が49.0%、最多利用回数は14回であった。

②イベント

1回の人が63.6%、最多利用回数は4回であった。これは「グルメ」と比べ、サービスメニュー数が少なかったことが原因の一つと考えられる。

③会員企業PR

1回の人が79.6%、最多利用回数は3回であり、「イベント」と同様なものと考えられる。

問 1 6 情報内容に対する満足度

提供している情報内容に対する満足度は満足している人（「はい」と答えた人）が57.3%で過半数を占めているが、不満足の人（「いいえ」と答えた人）も37.5%となっている。

問 1 7 情報内容が“不満”と答えた人の具体的意見（主なもの）

（a）情報の質に関すること。〔20 件〕

- ①ごちゃごちゃしていて、わかりづらい。（料理や美術画は載せない）
- ②すでに知っている情報だった。
- ③案内というより、カラログのようだ。

(b) 情報の量に関すること。 [4 件]

- ①サービスの提供予定のお店が多く、不満だ。
- ②情報が1枚限りで、乏しい。
- ③5回コールしても、サービスを受け付けたのは1件だけだった。

(c) 情報の鮮度に関すること。 [7 件]

- ①情報内容が古い。
- ②2～3ヶ月先の情報が欲しい。

(d) 情報の付加価値に関すること。 [3 件]

- ①サービス券や優待券付きがあったら良い。

(e) 他の情報提供メディアとの比較に関すること。 [7 件]

- ①テレビ・ラジオ・新聞等で得られるものだ。
- ②FAXの即時性が生かされていない。(日々の最新情報がとれない)
- ③新聞等の情報の方が詳細だ。

問18 FAXによる情報サービスの将来性

FAXの低価格化を前提にした、「FAX情報サービス」の将来性については「盛んになる」と答えた人が55.2%で「盛んにならない」と答えた人11.5%を大幅に上回っており、今後の将来性が認められている。

問 19 FAXによる情報サービスで欲しいと思うサービスメニュー

アンケートの結果、104件、43種類のサービスメニューを収集した。
これらの中で、上位にランクされるものとしては、ショッピング情報（12件）、イベント情報（10件）、スポーツ施設情報（6件）等が上げられる。

問 20 FAXによる情報サービスにこだわらず、普段の生活の中で有料でも欲しいと思うサービスやサービスメニュー

主なものは次のとおり。

○飲食関係

- ①手頃な居酒屋、スナック等の情報
- ②宴会場の予約状況一覧

○医療関係

- ①地区別の病院、医療機関情報

○生活関係

- ①ショッピング情報

○道路・交通関係

- ①観光地道先案内情報
- ②駐車場空き情報

問 21 端末機所有状況

現在、自宅にある端末機は、「ワープロ」所有者は37.5%、「ファミコン」が34.4%、「パソコン」が22.9%、「キャプテン」が6.3%、「FAX」が3.1%となっている。

問 2 2 自宅にもちたい端末機器

今後、自宅に備えたい端末機については、「パソコン」が36.5%と「ワープロ」26.0%となっているが、「FAX」も13.5%の人が所有希望を示している。

問 2 3 情報入手に適する端末機器

今後の情報入手用端末機としては、「パソコン」が半数の50.0%で、続いて「FAX」も31.3%の人が適するとして評価している。

問 2 4 家族との外出の機会（食事）

家族と、食事に出かける機会は、半数近い人が「年に数回程度」（45.8%）としている。

問 2 5 家族との外出の機会（イベント）

家族とイベントに出かける機会は、過半数の人が「年に数回程度」が（52.1%）としている。

問 2 6 友人・知人との外出の機会（食事）

友人、知人と食事に出かける機会は、家族との外出とは異なり、月に5回以上の人が20.8%にもなっている。

問 2 7 友人・知人との外出の機会（イベント）

友人、知人とイベントに出かける機会は、過半数の人が「年に数回程度」（52.1%）としている。

問 2 8 性別

今回の調査における回答者の性別は、66.7%が男性33.3%が女性となっている。

問 2 9 年齢層

年齢層は43.8%が20才代まで、37.5%が30才代、16.7%が40才代で、50～60才代は2%となっており、若い層の回答が半数近くとなっている。

問 3 0 住まい

住まいは、広島市内の人が84.4%になっている。

8. アンケート調査結果の考察

(1) 利用者のタウン情報の入手方法について

今回のグルメ・イベント情報に限らず、タウン情報の情報源としては、マスメディアとしての「テレビ・ラジオ」「新聞」「タウン誌、雑誌」や「広告・チラシ」といった従来のメディアによるものが多く、新しいメディアとしてのキャプテンの活用はほとんどみられなかった。

また、「電話帳」や「ハローダイヤル」といった電話による情報の活用がみられ、声によるヒューマンタッチを求めた情報ツールとして活用されていることが伺える。

(2) F A Xの情報端末としての将来性について

今回の実験を企画するに際して、F A Xの普及面から情報端末としての活用に疑問点はあったが、「企業におけるO A機器としての普及度の高さ」及び「一般家庭への急速な普及のきざし」に着目し、F A Xを情報ツールとしての実験に踏みきった。

実験においてアンケート結果からみる限り、以下の点でF A Xは今後の有力な情報ツールとなりうることを確信した。

- ① F A Xの操作性の良さは他の端末機を大きく上回っている。
- ② F A X情報サービスの将来性は「盛んになる」という回答が大変多い。

しかし、「テレビ・ラジオ・新聞」や「広告・チラシ」、「タウン誌・雑誌」という従来のメディアが有力な情報手段となっている現状において、F A Xの情報端末化を実現していくためには、今後F A Xの特徴を引き出す、「差異化できる情報サービスコンセプト」について十分検討していく必要がある。

(3)実験システムについて

実験システムとして、ファクシミリ通信専用の商用ネットワークサービス（N T Tのファクシミリ通信網サービス）を利用したが、このサービスの特徴は、新たに情報センタを設けなくても、ネットワークの中で情報が蓄積でき、その情報をF A Xでいつでも取り出せることである。

このシステムについての利用者のアンケート調査をみると、情報取出し方法については7割近い人が「普通」又は「簡単」と受け止めているが、反面アクセスしてから情報を入手するまでのアウトプットに要する時間については、半数近い人が「遅い」と感じている結果になっている。

このシステムの今後の問題としては、情報のアウトプットに要する時間を一層短縮すると同時に操作方法をさらに簡単にし、「わかりやすく、利用しやすい情報システム」として改善されることが望まれる。

(4)今回の情報サービスの提供内容について

実験で提供した情報内容については、情報提供者（I P）よりF A X等で送付された元情報をもとに、F A X情報事務局で一定のパターンに合わせて編集・加工を行い、提供情報としてセンターに蓄積した。

この情報内容の満足度についてのアンケート調査結果でみると、満足している人（「はい」と答えた人）が約6割で概ね「良」と評価できるが、不満足な人（「いいえ」と答えた人）も36%となっており、その理由としては、「ごちゃごちゃしていてわかりづらい」とか、「案内というよりカタログのようだ」など、という情報内容の質についての具体的意見が多く出ている。

絵や図形と文字の複合情報が提供できるというF A Xのサービスコンセプトにマッチした情報サービスのメニューを明らかにすることと、利用者の満足度を高める情報のプレゼンテーションテクニックが必要であることを痛感した。

その他、協力をしてもらった全I Pの約4割は、自前のチラシやパンフレットを持っていなかったため、事務局でI Pを訪問（取材）し、提供用の情報として作成しなければならないケースがあったことや、協議会というボランティア活動の中での事務局運営は「力仕事」にならざるを得なかったことなど、いろいろ問題点はあったが、I Pや利用者から特段のクレームが出なかったことも実験サービスの成果であったものと思っている。

第4章 まとめ

本実験事業では、「不特定の利用者を対象に行う情報サービス」において「ファクシミリをツールとしたタウンデータベース」の仮説を設定し、情報利用者と情報提供者に対するテストマーケティングを実施したが、実験事業の企画の過程より明らかとなっていた協議会活動としての制約からくる弱み、例えば、①予算面で独自の自由に使える情報センターを保有できないこと。②情報提供者に対するアプローチ、及びコンサルテーションに十分な労力をかけられないこと、等によりサービス提供の根本に係わるいくつかの弱点を抱えていた。これらの点についてはアンケート結果等からも指摘されているが主な制約事項は以下のとおりである。

【実験事業における制約事項】

- ①センタがFネット利用となったため、Fネット加入のFAXのみが利用可能であった。
 - ・利用したいが利用できない、Fネットそのものに問い合わせが集中
(Fネットに加入する方法、PBX収容されているFAXはどうなるか? etc)
 - ・他の用途で設置されたFAXの情報端末化を狙う視点からでは不十分であり
結果としてトラフィックも上がっていない。
(全国に設置されている約320万台のFAXのうち、Fネットに加入している約36万台がサービス対象)
- ②ソフト(提供情報)の質が大切であることを認識しつつも、金、労力がかけられなかった。
 - ・ぐるめ・いべんとFAX用に提供紙面を作成してくれた情報提供者の数が予想より極めて少なく、『事務局のデザイン能力、稼働=ソフトの質』となってしまった。

上記のような、サービス提供上の問題があったにもかかわらず、実験サービスそのものは、情報利用者、情報提供者ともに好感をもって受け止められ、タウンデータベースとしての新鮮味を打ち出すことが出来たと評価している。

具体的成果としては、以下のものがある。

- ① F A X の情報端末としての有望性、将来性を確認した。
- ② タウンデータベースのニーズ調査ができた。
- ③ 情報提供者が新たな広告・宣伝メディアとして、F A X 等の可能性や潜在力に注目していることを確認した。
- ④ 大がかりなツールを用意しなくても、既存のネットワークサービスをうまく利用することで相当なことが出来ることを確認した。

一方、事業化検討部会としては、「大きなテーマの極めて小さな部分」を目標通り、実行できたことに深く満足している。実行の過程では、情報提供者との対応などで、ボランティア活動の限界を越えていると感じた事が多々あったが、机上でのデータベース検討から一度離れて、現実から学んでみることを実践した。

部会員それぞれが役割りを分担し、実際に行動し、身でもって体験したことが今後地域データベースを考えて行くうえで一番大きな財産になると信じている。

おわりに

提供条件の制約があったため、ファクシミリの潜在力に注目しつつも、必ずしもその潜在力を十分に引き出すサービスを設定できなかったことが残念ではあるが、FAX情報サービス=ファクシミリをツールとしたタウンデータベース、の将来性について、ある程度感触を得たと感じている。また、当協議会においては、小規模ではあるが実際に情報サービスを行うことにより問題意識を高めることができ、より具体的に議論を深めていく契機となった有意義な施策であったと考えている。

今後は、実験結果をもとに①ファクシミリをツールとした利用者オリエンティドな情報提供サービスのビジネスとしての熟度、事業性の問題、②役に立つ情報を提供するという視点からだけでなく、「知るためだけの情報」、すなわち情報自体を楽しむために消費するという問題等について、今すこし、ファクシミリにこだわりながら研究を深めていきたいと考えている。

付 属 資 料

1. ー① 情報フォーマット（横版）
ー② 情報フォーマット（縦版）
2. パンフレット
3. アンケート票

お知らせ！ 知って得するホットな情報

ぐるめ・イベント FAX (中国地域データベース推進協議会)

ぐるめ・いべんと

F

A

X

「中国地域データベース」

推進協議会

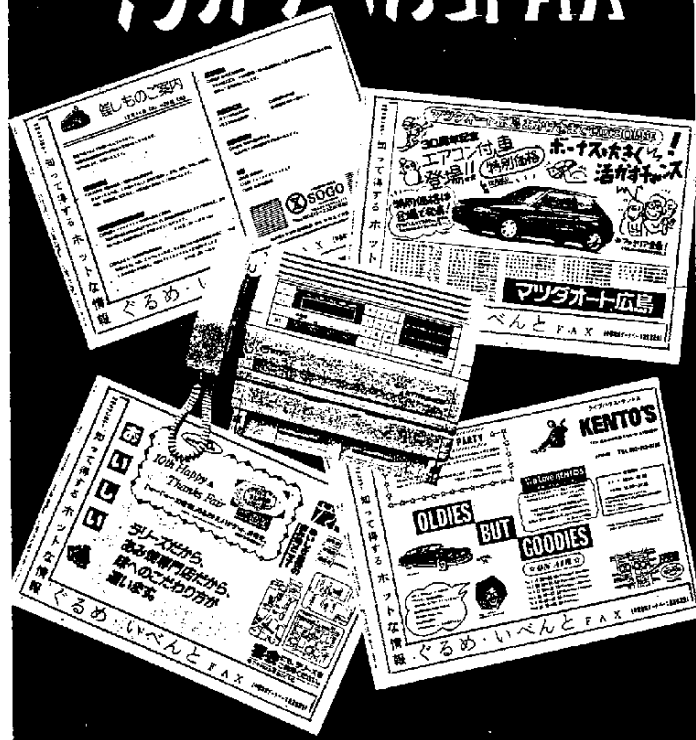
お知らせします！

知って得するホットな情報

付属資料 2.

今、最も新しい情報を、FAXでキャッチ

ぐるめ・イベント・FAX



知って得するホツトな情報!!

＝ 今、最も新しい情報を、貴方のそばのFAXで取り出せます。＝

★ グルメ情報には・・・

家族でなにか美味しいものを食べに行きたいけど？
友達とワイワイ楽しく食べて飲めるお店は？
恋人と素敵な時を過ごせる雰囲気のお店は？
会社の帰りに「ちょっと一杯」行きたいけど！
今、流行のスポットって、どんなところ？



などなど、あなたの御希望にお応えしたいお店の情報を紹介します。

★ イベント情報には・・・

デパートでおもしろい催し物やお得なバーゲンはあるのかな？
今、イベントとかコンサートはどこで何をしているのかなあ？
美術館に行ってみたくて、どんな展示会が開催されているの？

などなど、あなたの行動を助ける催し物・イベント情報を紹介します。

★ 協賛会員企業情報には・・・

“ぐるめ・イベントとFAX” に協賛の各企業PR情報を紹介しています。

★ お問い合わせ先 ★

“ぐるめ・イベントとFAX” に関するご質問、ご意見等がありましたら、
お気軽に下記の方までお寄せ下さい。

中国地域データベース推進協議会
F A X 情 報 事 務 局
☎ (082)240-9931
FAX (082)240-9932

(お願い：受付時間は土・日、祝祭日を除く、AM10:00～PM5:00です。)

“ぐるめ・イベントとFAX”

情報サービスメニュー

情報 番号	ファミリイ	情報 番号	プライベート	情報 番号	パブリック フレンドリイ	情報 番号	パブリック フレンドリイ	情報 番号	イ ベ ン ト	情報 番号	会員企業PR
01	ラ リ ー ズ	11	赤 い 屋 根	21	電 屋	41	ミラノアルフィオ	61	広島郵便貯金会館(ホール)	81	株式会社広島総合銀行
02	エル・ボヨ・ロコ	12	ミラノアルフィオ	22	お い 川	42	エル・ボヨ・ロコ	62	# (グルメ)	82	株式会社広島銀行
03	サンデーサン	13	ティボケット	23	あまのじゃく	43	サンセットクルーズ	63	広島厚生年金会館(ホール)	83	十 和 興
04	コ コ ス	14	ジョリーバスタ	24	廣 老 の 湯	44	ア ロ フ ト	64	# (グルメ)	84	マ ツ タ オ ト 廣 島
05	Mister Donut	15		25	函館赤ちようちん	45	カサ・デ・フジモリ	65	広島県民文化センター(ホール)	85	株式会社広島市産業情報サービス
06	レストランたきかわ	16		26	村 さ 菜	46	タ ン ド ー ル	66	# (健康会館)(グルメ)	86	N T T
07		17		27	つ ば 八	47	オ ー テ ィ ス	67	広島サンプラザ(ホール)	87	
				28	し ゃ ぶ 博	48		68		88	
				29	レストランたきかわ	49		69	広島県立美術館	89	
				30	ベ チ ュ ニ ア	50	大 正 屋	70	ひろしま美術館	90	
				31	畑 談 亭	51	白 札 屋	71	広島そごう	91	
				32	六 本 木 須 々 苑	52	青 二 才	72	三 越 廣 島 店	92	
				33		53	K E N T O ' S	73	播 磨 屋	93	
				34		54	上 海 文 芸 復 興	74	天 満 屋	94	
						55	最後の20セント	75	イ ズ ミ	95	
						56	マ ハ ラ ジ ャ	76		96	
						57	2 0 0 1 年	77		97	
						58	King & Queen	78		98	
						59		79		99	「情報サービスメニュー」
						60		80			

お知らせします/

知って得する
ホツトな情報

お勧めしたい

あの店 この店
嬉しい催し 楽しい催し

最新情報は
ココ！
“99”番
で確認して
下さい。

※ 情報の取り出し方はつぎのとおり行って下さい。

ダイヤルの操作方法・プッシュ式ダイヤルに限ります

※情報センターのダイヤル番号です。
(※お選びの情報番号です)(2桁)

1 6 2 # 2 8 4 0 8 2 2 4 0 9 9 3 2 #

①ダイヤルインして
“プッシュ”
を確認して下さい。

② 通話してダイヤルインして下さい。
(広島市内の方は“082”を省略できます。)

③ 以上のダイヤル操作後に“センター”
からアナウンスが流れます。
「サービスを受けました。受話器を
おかけになってお待ち下さい」

お好みの情報がファクシミリから
アクトブットされます。

『ぐるめ・いべんと FAX』に関する アンケート調査のご協力について

このたびは『ぐるめ・いべんと FAX』をご利用いただき、ありがとうございます。

『ぐるめ・いべんと FAX』はファクシミリ (FAX) を利用したデータベースサービスの実験であり、今回は「グルメ・イベント情報」を提供させていただきました。

このアンケートは、実際に『ぐるめ・いべんと FAX』をご利用された方々にお願いし、今後の中国地域におけるデータベースサービスの検討に反映させていただきます。

お忙しいところ恐縮ですが、この調査の趣旨をご理解のうえ、下記の「ご記入の方法」により、よろしくご協力くださいますようお願いいたします。

平成2年 2月

中国地域データベース推進協議会

ご記入の方法

1. 質問は、4 ページあります。1 ページから順番にお答えください。
2. ご記入の仕方は、質問文のつぎに用意してある回答項目の中から、あてはまる項目の番号に ○印をつけてください。
3. 回答が「その他」の場合、または「ご意見等」の場合は () 内等に具体的にお書きください。
4. ご記入後は、 3 月 5 日 (月) までに提出してください。
5. ご不明な点がありましたら、下記にお問い合わせください。

中国地域データベース推進協議会

『ぐるめ・いべんと FAX』 FAX 情報事務局

☎ (082) 240-9931

担当 市場

問7. 各種の端末機をお使いになられている方にお伺いします。つぎの端末機のうちから、操作が簡単だと思うものを3つ選んでください。

- ① パソコン ② ファミコン ③ ワープロ
④ FAX ⑤ キャプテン端末

問8. ダイヤル桁数はどれ位が最適だと思いますか。

- ① 10桁以下 ② 5桁以下 ③ その他()

問9. ダイヤルインしてから、情報内容が出てくるまでの待ち時間に対してどう感じましたか。

- ① 早い ② 普通 ③ 遅い

問10. 実際にはどれ位かかりましたか。

- ① 30秒程度 ② 1分程度
③ 3分程度 ④ 5分程度

問11. 『ぐるめ・いべんとFAX』を利用されたわけは何ですか。

- ① パフレットを見て ② 人から聞いて興味をもった ③ 人から勧められて
④ 新聞を見て ⑤ その他()

問12. この情報サービスを知って、すぐ情報を取り出してみましたか。

- ① すぐ取り出してみた ② しばらくたって取り出した

問13. FAXによる情報サービスに目新らしさや独自性を感じましたか。

- ① はい ② いいえ

問14. サービスメニューの中で、利用されたジャンルは何でしたか。

- ① グルメ ② イベント ③ 企業PR

問15. また、ジャンル別のご利用回数は何回位でしたか。

- ① グルメ：(回位) ② イベント：(回位) ③ 企業PR：(回位)

問16. 取り出した情報内容に満足されましたか。

- ① はい ② いいえ

問17. 問16の質問で“いいえ”とお答えの方は、その理由について具体的にお聞かせください。

(つぎにお進みください。)

問18. 今後FAXの低価格化が進んで、各家庭にもっと普及したときにこのような“FAX情報サービス”は盛んになると思いますか。

- ① 盛んになる ② 盛んにならない ③ わからない

問19. 問18で、①の「盛んになる」とお答えの方に伺います。どのようなタウン情報を手に入れたいと思いますか。具体的にお聞かせください。

(例；休日の医療機関情報、釣り場情報等)

- ・
- ・
- ・
- ・

問20. FAXによる情報サービスに限らず、今までになくて困ったり、あれば有料でも手に入れたいというような情報がありましたら、具体的にお聞かせください。

- ・
- ・
- ・
- ・

問21. つぎの端末機のなかで、ご自宅にお持ちものがありませんでしたらお聞かせください。

- ① パソコン ② ファミコン ③ ワープロ
④ FAX ⑤ キャプテン端末

問22. つぎの端末機のなかで、ご自宅に将来備えてみたいとか、購入を計画されているものがありましたらお聞かせください。

- ① パソコン ② ファミコン ③ ワープロ
④ FAX ⑤ キャプテン端末

問23. ご自宅に端末機をお持ちの方や、将来備えてみたい、とお考えの方々にお聞きします。

今後、生活情報を得るための端末機として、適していると思うものがありましたら、お聞かせ下さい。

- ① パソコン ② ファミコン ③ ワープロ
④ FAX ⑤ キャプテン端末

(つぎにお進みください。)

いままでにお聞きしたことをまとめるために、つぎのことについて伺います。

問24. ご家族で“食事”におでかけになるのは、どの程度ですか。

- [illegible]

問25. ご家族で“イベント（美術館、デパート、催しもの）”におでかけになるのは、
どの程度ですか。

- [illegible]

問26. ご友人や知人と“食事”におでかけになるのは、どの程度ですか。

- ① 月に1回 ② 月に2～3回
③ 月に5回以上 ④ 年に数回程度

問27. ご友人や知人と“イベント（美術館、デパート、催しもの）”におでかけになるのは、
どの程度ですか。

- [illegible]

問28. あなたの性別は

- ① 男 ② 女

問29. あなたの年齢は、つぎのうちどれにあてはまりますか。

- ① ~20才代 ② 30才代 ③ 40才代
④ 50 " ⑤ 60 " ~

問30. あなたのお住まいは、どちらですか。

- ① 広島市内 ② ①以外

☆ これで終わりです。お忙しいところ、 ☆

☆ ご協力 まことにありがとうございました。 ☆

