
『観光クラウドWG』 活動報告と今後の方針

2013年12月16日

ソフトバンクテレコム株式会社

メンバー(12月16日現在)

No.	団体名
主査	ソフトバンクテレコム株式会社
オブ	総務省
オブ	国土交通省観光庁
オブ	北海道
オブ	京都市
オブ	福岡県
オブ	沖縄県
オブ	日本政府観光局
オブ	社団法人日本観光振興協会
オブ	東京商工会議所
オブ	立命館大学
オブ	NPO法人観光情報流通機構
オブ	北京大学アジア経済文化研究所
オブ	財団法人大阪観光局
オブ	財団法人仙台観光コンベンション協会
1	財団法人京都高度技術研究所
2	国立情報学研究所
3	早稲田大学
4	京都大学
5	独立行政法人情報通信研究機構
6	北海商科大学
7	社団法人北海道観光振興機構
8	自動車旅行推進機構カーたびクラウド部会
9	ヤフー株式会社
10	沖縄DFS株式会社
11	株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル
12	株式会社ジェイティビー
13	株式会社はとバス
14	株式会社リクルート
15	株式会社電通
16	近畿日本ツーリスト株式会社
17	東日本高速道路株式会社
18	MKT-SYSTEM
19	ソフトバンクペイメントサービス株式会社
20	株式会社キャンドウコンセプト
21	株式会社まいど日本
22	株式会社高電社

オブ: JCCオブザーバーまたはWGオブザーバー

No.	団体名
23	株式会社恵和ビジネス
24	株式会社山根ドキュメンテーション
25	株式会社うぶすな
26	京都フラワーツーリズム合同会社
27	株式会社NTTデータ
28	日本ユニシス株式会社
29	ミテネインターネット株式会社
30	株式会社マイス
31	地域情報エージェント株式会社
32	日本写真印刷株式会社
33	株式会社インデックス沖縄
34	株式会社JTBコミュニケーションズ
35	CREATOR'S BOX◇
36	メタデータ株式会社
37	株式会社ATR-Promotions
38	株式会社アイアム
39	株式会社ヴァル研究所
40	株式会社ニーニャス
41	株式会社フォネックス・コミュニケーションズ
42	株式会社フライトシステムコンサルティング
43	株式会社日本能率協会総合研究所
44	協和テクノロジーズ株式会社
45	日本システム開発株式会社
46	大日本印刷株式会社
47	富士株式会社
48	株式会社A-MAX
49	KDDI株式会社
50	株式会社セールスフォース・ドットコム
51	株式会社三菱総合研究所
52	株式会社日立ソリューションズ
53	株式会社野村総合研究所
54	日本電気株式会社
55	日本電信電話株式会社
56	富士通株式会社
57	株式会社ジェイアール西日本コミュニケーションズ
58	目白大学
59	EY総合研究所株式会社
60	東京工科大学

WGの概要

目標

観光立国の実現は地域経済の活性化、雇用機会の創出、国際相互理解の増進等に資するとされ、我が国の21世紀の国づくりの柱として、今後ますます取り組みを強化する政府方針となっている。この分野において、**ICT技術を活用することで、中小を含む観光関連事業者が低価格で効率的に各観光サービスの提供ができる「観光クラウド」モデル作りの検討を行うこととする。**

課題認識

安心安全面も含め、国内の外国人観光客向けの多言語案内が絶対的に不足しており、地方自治体や中小事業者が個別に用意するのも経済的に困難である。また、観光客誘致のための情報内容や発信経路が大きく変化して来ているため、観光コンテンツの提供環境、規格形式、権利処理の問題から、利活用の際に障壁が存在する。さらに、震災後の自粛風潮や風評被害も深刻である。

具体的検討項目

STEP1:情報収集

- ・外国人観光客の受入環境基盤。
- ・観光コンテンツの利活用課題。
- ・これまでのICT観光政策の検証。
- ・震災後の観光状況の把握。

STEP2:課題検討

- ①多言語コンテンツの造作とその利用に関するルール作り、普及促進。
- ②自走式ビジネスモデルの構築。
- ③回遊調査、消費分析、安心安全の観光街作り等の研究。

STEP3:具体化

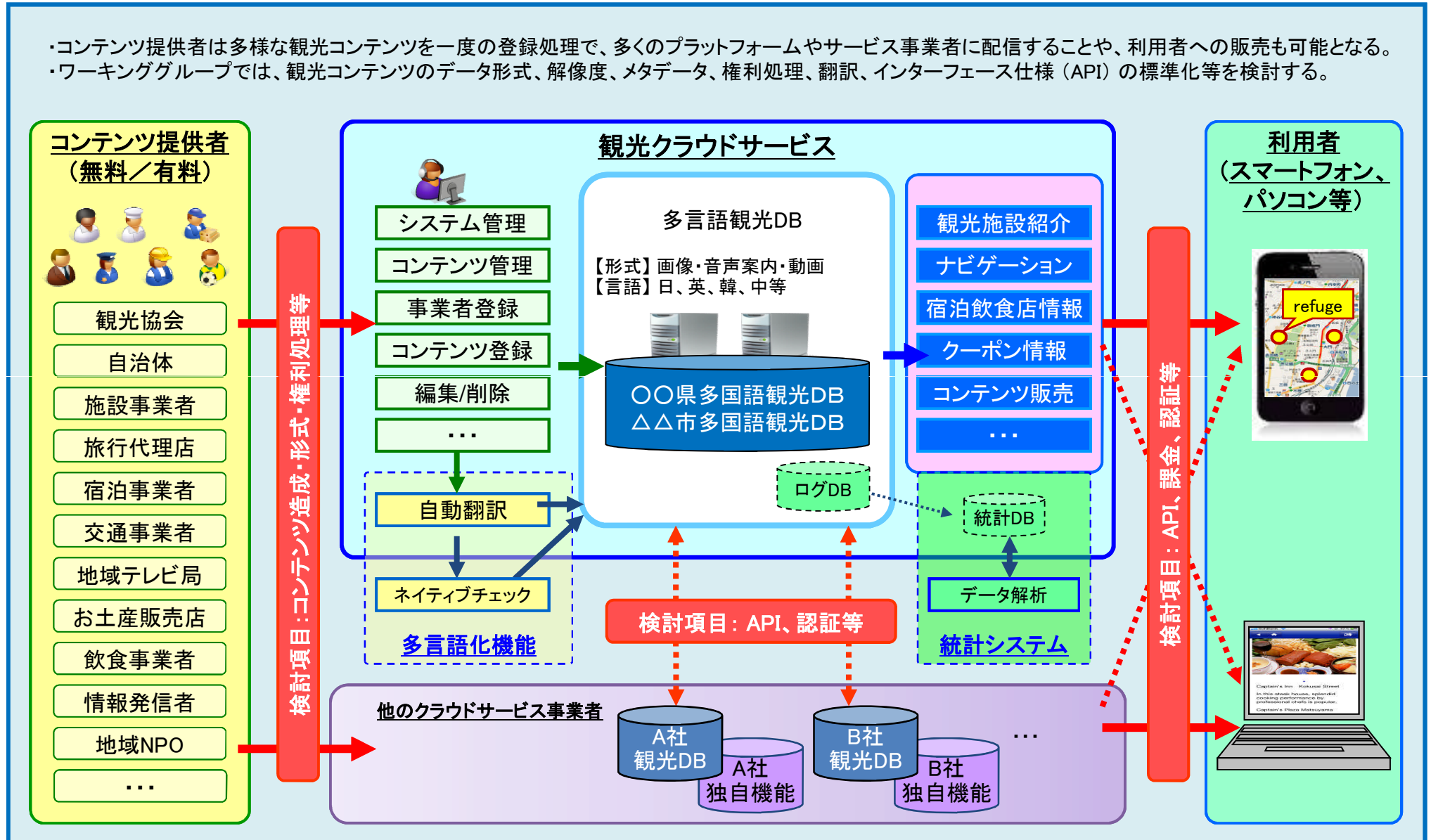
- ①標準化等の公開と普及促進。
- ②モデル地域における実証実験。
- ③関連各省への政策提言検討。
- ④地域観光の復興と振興。

導入効果(目標)

観光事業分野にICTを活用することで、外国人観光客の訪問数を増加させるとともに地域活性化につなげることを目標とする。

観光クラウドシステムイメージ

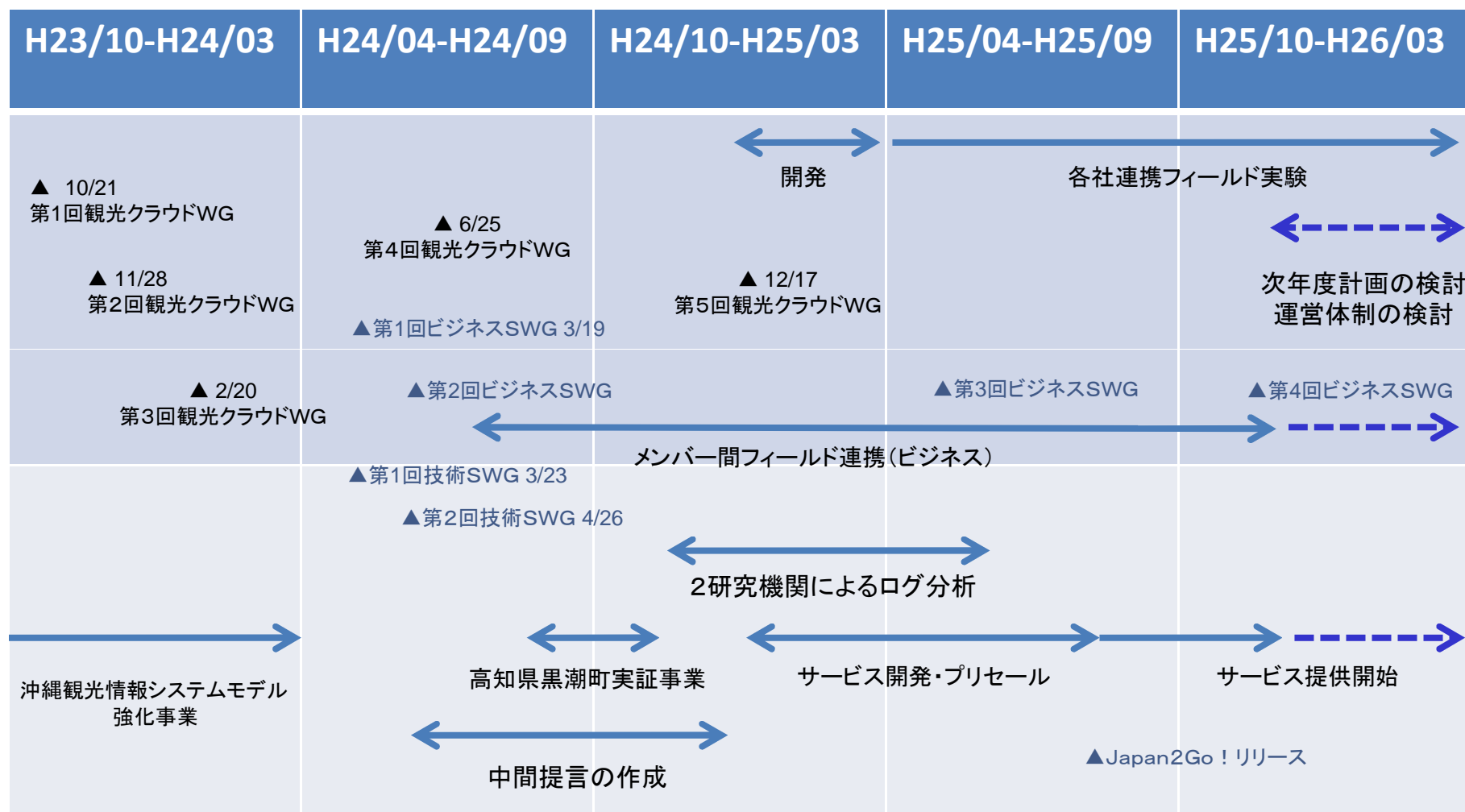
- ・コンテンツ提供者は多様な観光コンテンツを一度の登録処理で、多くのプラットフォームやサービス事業者へ配信することや、利用者への販売も可能となる。
- ・ワーキンググループでは、観光コンテンツのデータ形式、解像度、メタデータ、権利処理、翻訳、インターフェース仕様（API）の標準化等を検討する。



4. WG活動概要

観光クラウドWG活動経緯

H23/10~H25/12



<成果1>WGメンバーによる中間提言の作成

<提言項目>

- 1.独立採算のビジネスモデルの確立
- 2.SNSの活用とインバウンド向けのプロモーション
- 3.安心・安全の為の緊急情報提供
- 4.外国人旅行者向け環境整備と法制度(WiFiなど)
- 5.観光クラウドラボの設立
- 6.多言語化と機械翻訳の推進
- 7.国際標準の推進
- 8.情報連携の促進
- 9.防災・減災と観光クラウド

観光立国日本を推進するための
情報通信技術利活用に関する中間提言

2012/06/25

観光クラウド・ワーキング・グループ

<成果2> 高知県黒潮町における実証実験概要

津波等避難ナビシステム [デジタル警助ナビ]

- 土地勘がない外来者の避難誘導実験
 - 東京工科大の学生25名が参加
 - 「スマートフォン利用」「紙の地図利用」「何も持たない」に組分け
 - 昼と夜で人を入れ替えて実施、GPSで行動履歴を記録
 - 二地区で実施(平野部・リアス式海岸)
 - スマートフォンを利用した組が平均して最も早く避難場所に到着
 - 何も持たない組の60~80%の所用時間で到着
 - 夜の方が最早と最遅の時間差が広がった
 - 地区によって避難行動に大幅な差が出た
 - 既設の避難先指示(看板・標識)の問題点が明示された
- 車における避難誘導実験
 - スマートフォンをカーナビとして利用
 - 発災時にリスクが高い場所を手前で知らせることに成功
 - 渋滞発生時には車を置いて徒歩で逃げるように指示

スマホで津波避難誘導

東京工科大など
アプリを開発 黒潮町で実証実験

来春の実用化を目指す

アプリは、デジタルに入力している各地の音で警告する。地図を応用し、気象庁 液状化予想などを基に、同大デザイン学部のは、①アプリの入ったスマートフォンを持った学生13人が参加し、研究中の想定②町内各所の避難先指示(看板・標識)の問題点を明示された。

【備考】南海トラフで巨大地震が発生し、最大の避難経路を表示して誘導するスマートフォン(多機能携帯電話)用アプリを、東京工科大学(東京)などの研究グループが開発し、10日、幡多郡黒潮町で実証実験を行った。研究グループは実験結果を基に改良を進め、来春3月の実用化を目指す。(坂巻隆史)



この日の実証実験は、日中と夜間の二つの時間帯に分けて実施。学生13人が参加し、研究中の想定②町内各所の避難先指示(看板・標識)の問題点を明示された。



最大34分の津波高が予想された同町をモデルに開発した。

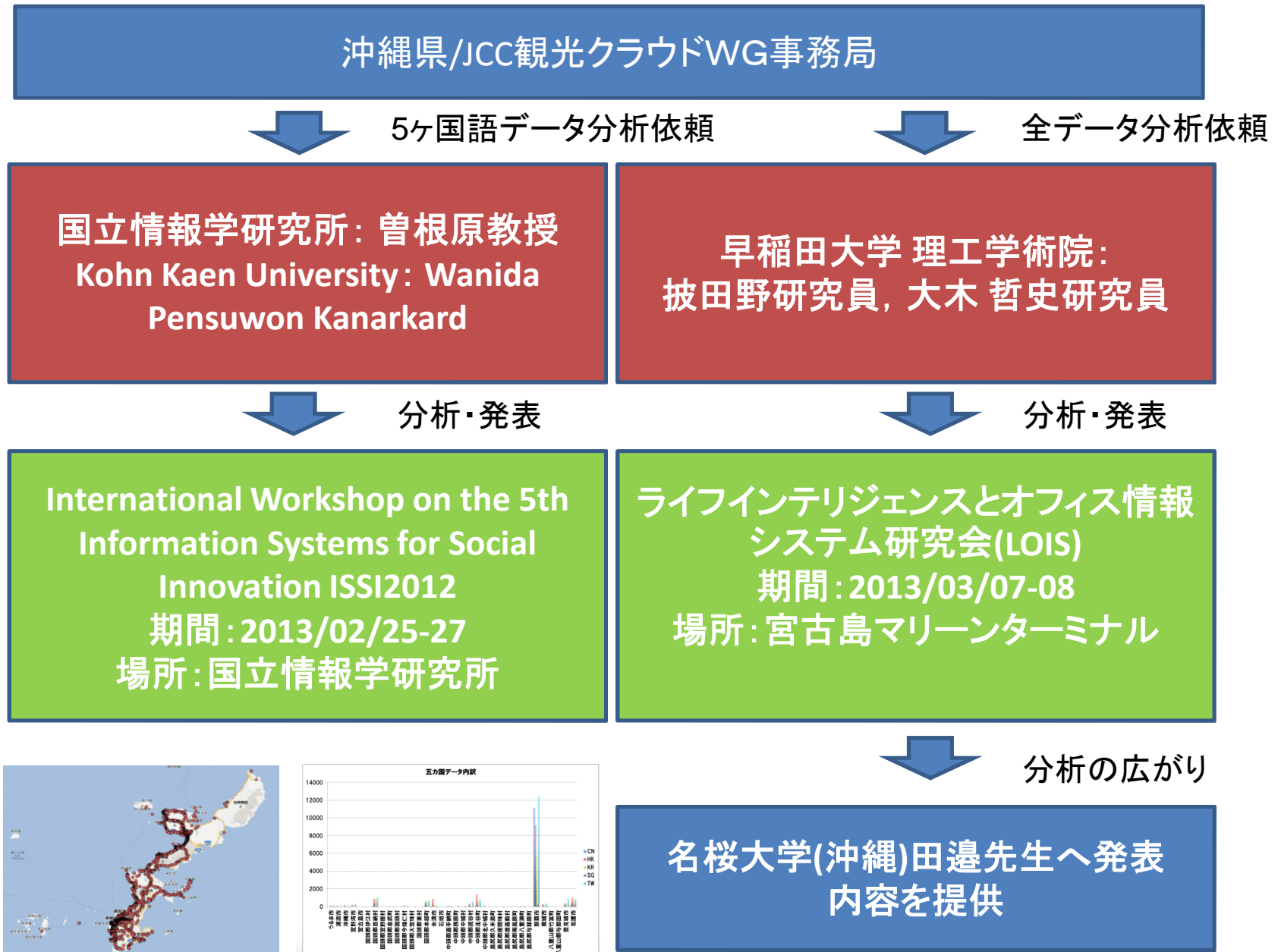
平均到着時間は①30分、②20秒、③23秒、④35分、⑤45秒だった。

学生は、衛星利用測位システム(GPS)端末も携帯して実験に参加。今後、行動履歴を分析し、システムの改良に生かす。また住民が参加する実証実験も実施予定という。

坂巻助教は「平常時は観光用に、非常時は津波避難用として使ってもらえれば。今後は、携帯電話の通信網が利用不能になっても作動するシステムを開発していきたい」としている。

スマートフォンを見ながら高台に向かう学生(黒潮町入野)

<成果3> 2 研究機関でのログ分析



<成果4> 実証事業から民間サービスによる自走化<モデルケース>

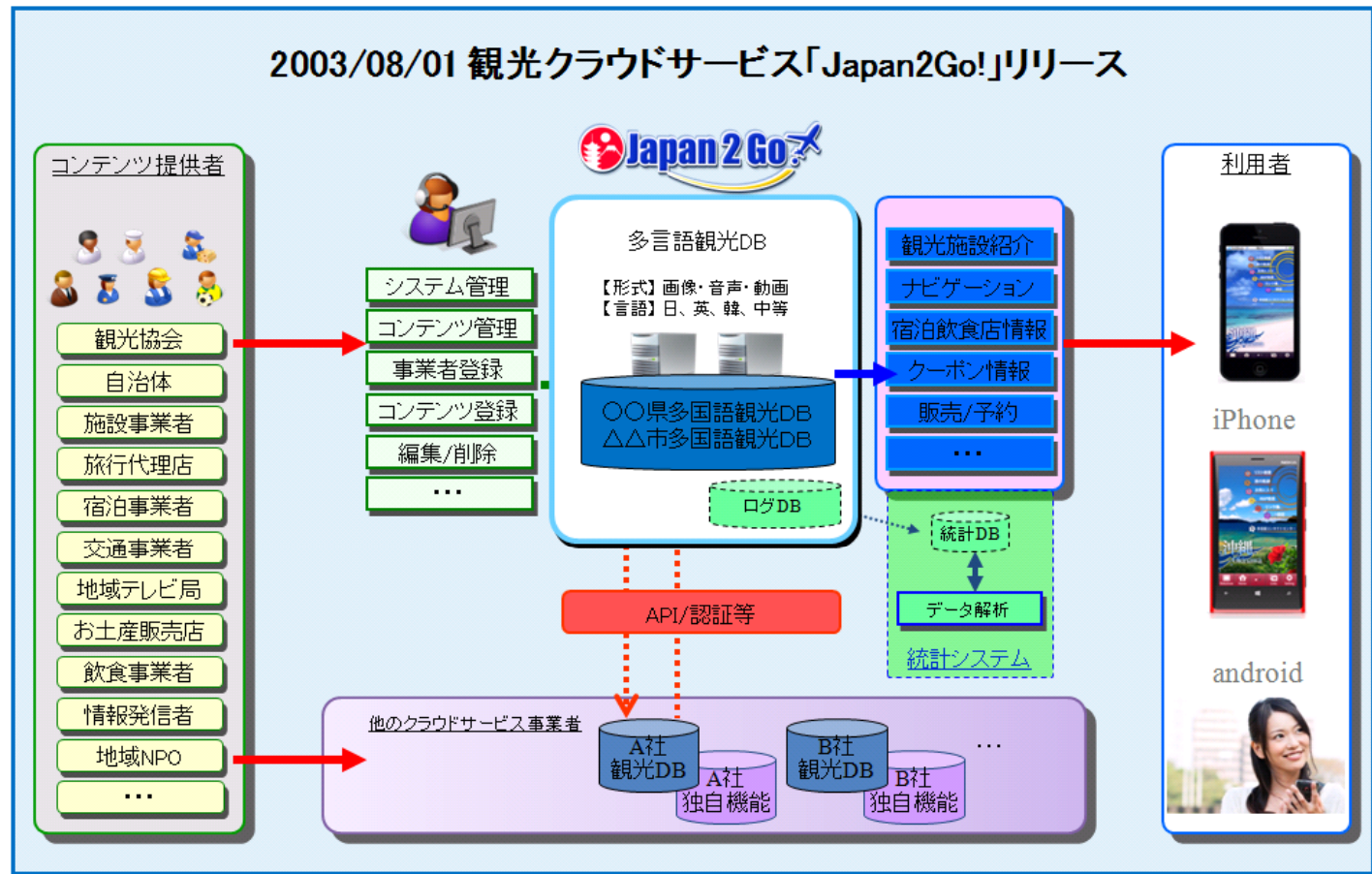
ソフトバンクテレコムは1日、スマートフォン（スマホ）などで観光情報を発信するアプリ（応用ソフト）の開発を支援するサービスを始めたこと

発表した。名所やイベントの情報を紹介するアプリを手軽につくり、日本語の文章を英語や中国語、韓国語に翻訳して表示することもできる。外国

国人観光客誘致に力を入れる自治体や観光関連の企業・団体に売り込む。新サービス「Japan 2Go!」は専用の管理画面に文章や写真、動画

を登録するとアプリをつくれる。観光客が持つスマホの位置情報をもとに個人を特定しない形で移動経路などの情報を集め、どの場所を訪れたかなども確認できる。初期費用は120万円、月額利用料は5万円から。

自治体の観光アプリ支援



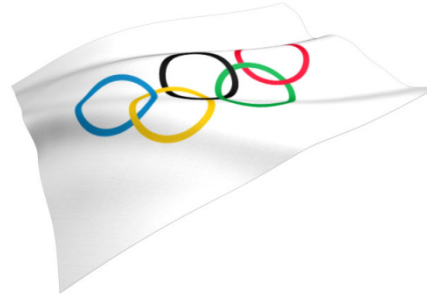
<特徴>

1. 行動分析/アクセス分析ログの取得。
2. API連携によるオープンなプラットフォーム
3. 短期間に多言語対応アプリが作成可能。

<取り巻く環境の変化> 訪日外国人観光客の増加に追い風



富士山の世界遺産登録



2020年東京オリンピック開催地決定

海外から日本を訪れる観光客の数が、年間で1,000万人を突破することがほぼ確実。2020年夏季オリンピックの開催地決定を契機に、訪日外国人旅行者数は増加が予想されます。



訪日観光客の増加に対応するため、外国人観光客受け入れ体制の整備が求められます



オールジャパンによるICTによる「おもてなし」の実現に期待

<取り巻く環境の変化> ITの活用が増々期待されている

外国人集客に ネットの「壁」



主要国の無料WiFi提供状況

国	提供状況
米 国	主要空港や図書館などで広く普及。全米チェーンの飲食店なども多く提供。通信速度は速い。
フランス	空港やパリ市内の主な商業施設、喫茶店などで利用可能。接続時間に制限がある場合もある。
韓 国	2015年までにソウル市内の公共施設で無料利用可能にする「スマートソウル2015」を推進中。
シンガポール	チャングエ空港で無料を提供し、登録すれば市内の主要スポットで使えるアカウントを取得できる。

日本では無料WiFiの普及が進んでいない。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

無料WiFi、使い勝手課題

日本の観光客は、無料WiFiの提供を求めている。しかし、無料WiFiの提供は、使い勝手が課題となっている。特に、接続速度が遅い、接続が不安定など、観光客にとって重要なサービスの一つである。無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。しかし、無料WiFiの提供は、使い勝手が課題となっている。

駅や街中、整備途上

無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

無料WiFi、使い勝手課題

無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

無料WiFiの提供は、観光客にとって重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。日本では、無料WiFiの提供がまだ限られている。観光客にとって、無料WiFiの提供は重要なサービスの一つである。特に、インターネットを利用する観光客は、無料WiFiの提供を求めている。

読者 累計 11
文化 21
27 環 36
ツ 12 15 16 17
12 小説 9
12 33

読者新聞

2013年(平成25年)
10月14日 曜日
体育の日

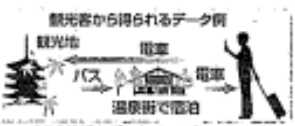
読者新聞東京本社 〒104-8243 東京都中央区銀座6-17-1 電話(03)3242-1111(代) www.yamuri.co.jp

観光集客にビッグデータ

新名所・コース・特産品開発

観光庁は、観光振興などのためにビッグデータの活用を推進している。ビッグデータを活用して観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。観光庁は、観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。

観光庁 70万人分収集



観光庁は、観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。観光庁は、観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。

- 効果的な観光キャンペーンの実施
- 新たな観光ルート、スポットの発掘
- 特産品の開発
- 観光振興の施策



ビッグデータ、GPSの位置情報や、交流サイト上の書き込みやつぶやき、インターネット上で検索された単語など、ネットの普及などで爆発的に増えたデジタルデータの総称。総務省の「情報通信白書」(2013年版)では、フル活用すれば年間1兆7000億円の経済効果が見込めるとしている。

観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。

観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。

観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。

観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。

観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。観光客の行動パターンを分析し、新たな観光ルートやスポットの発掘に生かす研究を進めている。

今後の方向性とテーマ

2020年東京オリンピックに向けて、改めて観光クラウドWGの活動を再スタート致します。

ICTによる外国人観光客への多言語情報の 発信と受入整備

(観光情報及び有事に対する緊急避難情報などの発信)
(ICTを活用したMICE専用プラットフォームとの連動)
(観光ビッグデータの活用検討)

1. 新たな有識者のメンバー募集を実施し、WGの活性化を促します。
2. メンバー各社による実証事業のフィールドを模索
3. 自治体のオープンデータ化の流れも見据えながら、コンテンツの活用を検討する。
4. コンテンツの流通を促進する権利関係の課題を整理し、提言に盛り込む

WG の開催（上期1回、下期1回合計2回を予定）

第4事業年度に向けてのJCC観光クラウドWGの運営体制について

実施体制、役割分担

幹事・主査

ソフトバンク株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社

メンバー

- ① 観光クラウド関連サービス提供企業、観光事業者、旅行代理店、交通事業者、宿泊事業者
- ② 学術研究機関、シンクタンク
- ③ 地方自治体、地域観光協会、地域振興NPO
- オブザーバー：総務省、国土交通省観光庁、日本政府観光局、日本観光振興協会 ※敬称略

JCCの活動方針と同期を取りながら
WG継続・計画/体制の見直します。



実施体制、役割分担

主査

幹事

ソフトバンク株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社

事務局

メンバー

- ① 観光クラウド関連サービス提供企業、観光事業者、旅行代理店、交通事業者、宿泊事業者
- ② 学術研究機関、シンクタンク
- ③ 地方自治体、地域観光協会、地域振興NPO
- オブザーバー：総務省、国土交通省観光庁、日本政府観光局、日本観光振興協会 ※敬称略

新たな有識者の協力を得ながら
WGの活性化を目指します。

ご清聴有難うございました。