

2020年に向けた社会全体のICT化推進に関する懇談会 幹事会
都市サービス高度化ワーキンググループ（第3回）

1 日 時

平成27年10月9日（金） 17:00～17:35

2 場 所

中央合同庁舎2号館11階 第3特別会議室

3 出席者

（1）構成員等

坂村主査、阿部構成員、岡田構成員、櫻井構成員、篠原構成員、島田構成員、島村構成員、田丸構成員、舘構成員、中島構成員、田中（謙）構成員代理、村尾構成員、田中（義）構成員代理

（2）オブザーバ

東日本旅客鉄道株式会社 梅川次長

（3）関係省庁

国土交通省 植田政策企画官（松田代理）、国土交通省 山下室長（荒木代理）、観光庁 藤原参事官（関根代理）

（4）総務省

太田大臣補佐官、山田情報通信国際戦略局長、巻口参事官、小笠原情報通信政策課長、飯村情報通信政策課課長補佐

4 議事

（1）2020年に向けた社会全体のICT化 アクションプラン

（2）訪日外国人の概況及び情報収集の課題について

（3）サービス検討の具体化について

（4）意見交換

5 議事概要

(1) 2020年に向けた社会全体のICT化 アクションプラン

【小笠原課長】

- アクションプランの概要版の3ページに、本懇談会の検討体制を記載。今回、都市サービスの高度化ワーキング、幾つかの分野を横串で設置し、検討いただいた。
- 4ページがアクションプランの概要。全部で10個のアクションプランということで、小さい箱のところが個別ご協力いただいている協議会等が関与するアクションプラン、それを横串に通したものを真ん中に2つ、都市サービスの高度化、高度な映像配信サービス。引き続き本ワーキングは、1番の都市サービスの高度化を議論いただきたい。
- 公表したアクションプランについては、2015年度中、来年の3月末までに具体的なプロジェクトの実施地域及び実施主体を決めたい。そして、2016年度、来年の4月以降は、その決められた地域と主体においてプロジェクトを実施していきたい。
- プロジェクトのエッセンスとしてはトリガーをスマートフォンと交通系ICカードとし、街中、あるいは公共施設のサイネージ、あるいは商業施設、ホテル等宿泊施設におけるサービス、そういったものを引き出していくということを目に見える形にできないか。引き続き、このアクションプランの具体化についてご検討方、よろしく願いたい。

(2) 訪日外国人の概況及び情報収集の課題について

【坂村主査】

- 訪日外国人の概況及び情報収集の課題について、これは本ワーキンググループで外国人の旅行者などに対する言語などの属性情報に応じた情報提供の実現について議論を行ってきたが、今回は情報を受ける側の外国人旅行者のニーズと、外国人の旅行者が情報収集に当たってどのような点を課題と感じているかについて、JTB総合研究所の岡田様にまとめていただいたので、簡単にお話をお願いしたい。

【岡田構成員】

- 訪日外国人がどんどん増えてきていること等をオープンデータ中心にまとめているの

で、お時間があるときにお読みいただきたい。

- 本日のワーキングに一番関連する点として、11ページ以降のところからご説明させていただきます。訪日中の情報収集について、まず1ページ目、訪日外国人旅行者の情報収集、旅先でどのような情報を集めましたかというのをJTB総合研究所独自調査でウェブアンケートをとっている。
 - 訪日外国人の上位5カ国・地域のトップを100の指数にとり、インデックス化している。台湾、韓国、中国、香港等アジア諸国については、観光地等の見どころや内容というのがトップになっている。米国で現地発のオプションツアーが1位というのが特徴的。欧米諸国、アジア諸国において興味領域が必ずしも一致するわけではないことがここで見て取れる。
 - 「情報収集源とほしい情報」について、実際日本滞在中に役に立った旅行情報源は何かで、今回のワーキングにも関係するが、インターネット（スマートフォン）、インターネット（パソコン）が各国上位を占めている。米国が少し特別で、日本在住の親族・知人、いわゆる口コミ等が多い。これは多分旅行形態とも相関があるのかと思うが、これは1つ特筆すべきところ。
 - 日本滞在中にあると便利だと思った情報として、上位2つが、無料Wi-Fiの情報、加えて、交通手段。ここで目立つところとしては、中国の訪日旅行者の方は買い物場所、これは昨今、爆買いと言われている状況を示す数字となっている。
 - 次ページは、旅行中に困ったことを、観光庁のデータに基づきJTBでグラフを作成した。上位10項目ということで、よく出てくる数字として、無料公衆無線LAN環境が1位にあるが、平成23年のものであり、ここから大分改善はされていると思う。ただし、今も上位に入っていると思われる。続いて、多言語に関わるコミュニケーションの部分。これらが上位2つ。続いて、3位以下には、公共交通に関する情報が3つランクインしている。これらの交通の情報で足していくと21%になり、交通という大きくくりになると2位に入ってくるということが見て取れる。
 - 訪日外国人旅行者が取得する情報については、国・地域で多少傾向が異なる。アジア圏については、観光地などの見どころの内容が興味領域であるのに対して、米国はオプションツアーなどとなっている。
- また、情報の収集手段については、アジア系がスマートフォン、米国がパソコン、親族・知人となっており、1つ分かれる点。訪日中に必要な情報、困ったことについては、無

料W i e F i、公共交通機関という点で共通している。

- このような背景を受け、次ページ以降、J T Bグループをの取組を簡単にご説明させていただきます。N T TグループとJ T Bグループで昨年度秋からの実証実験の概要である。福岡市のシティW i e F iという環境を利用させていただき、そこで多言語化の観光情報のアプリを共同開発し、実際にダウンロードから観光情報の発信、割引クーポン・チケット、翻訳サービス、どのような使われ方をされて、どのような効果が出るか、ということ半年ほどかけて行ってきた。
- ここで、さらなる交流人口を拡大するに当たっては、域内消費の増大を促すために、決済系のカードや、W i e F iのインフラを活用した屋外メディアとパーソナルメディアの融合が課題として見えてきた。
- 今回の実証実験の中で非常に苦労した点として、このワーキングの中でも1つ課題になることを挙げている。訪日旅行者に、こういったカードやアプリをダウンロードする際のタッチポイントの話。これは旅行会社的な視点だが、一番上段が訪日旅行のプロセスで、旅前から旅中（到着から滞在施設）、旅中（観光中）、旅後というように大きくフェーズを分けている。
- その中で、次がリアルなタッチポイント、要するに、広告メディア等ではなくて、リアルに訪日インバウンドの方に触れられる場所を挙げている。
- 旅前では、現地の旅行代理店などの販売する接点、販売ポイント。続いて、当然飛行機に乗ってくるので、空路・航路、発地の空港、機内。その後には、国内に着いた場合、着地空港から2次交通で滞在設備に来る間。続いて、滞在エリアということで、宿泊施設と周辺の商業施設等がポイントとして挙げられる。
- 当日ないし翌日に観光エリアに行き、ここでは観光案内所とか商業施設などで観光の実際の消費が生まれる。
- その後、帰国した後にアプリなどの情報ツールは残って帰ってくるので、リアルではないが、Eコマース等を含めるとリアルということの解釈の中で、アプリなどの情報ツールも1つタッチポイントとして挙げられる。
- コンタクトの手法の例としては、現地旅行代理店もしくは旅博というタッチポイントについて、いわゆる訪日旅行商品のパッケージに例えばダウンロードのお知らせなどでI Cカードを同梱していくということも考えられる。店頭でのコンタクト、また旅博などでのブースのP R、こんなことが1つ考えられる。今回実証の中では、旅博での実際

のダウンロード促進を行った。実際のダウンロードの効率の中ではこれが一番高い。

- メリットとしては、一番の川上でコンタクトでき、また、広域の告知も可能。大きく、日本に行く人というくくりの中での告知ができる。ただ、今回の実証は福岡という地域限定であり、福岡市のコンテンツしか入れていないので、旅行者の行先の選別に対応する必要がある。今回については福岡市との共同のブースの中で配ったので、多少の絞り込みはできたかと思う。
- 一方、課題としては、実際に訪日時とのタイムラグが生まれる。例えばダウンロードをその場で行ってくれればいいが、ICカード等の手渡しとなると、実際の旅行のアクションを起こすまでに多少日時がかかる。そうすると、紛失や忘れられることがあり、課題として挙げられる。
- もう1つ大きな課題としては、FIT、いわゆる個人旅行者への接点が非常に難しい。旅行会社ならどうしてもパッケージ商品という形になるので、団体等パッケージになる。そういう意味ではFITの対応としては、やはりの現地側のインバウンド、日本側での対応が必要。一番の大きな問題としては費用対効果。
- もう1つ検討に入れたのが空路。これは道中でコンタクトでき、飛行機の中の時間でダウンロード等、説明書を読ませるのに非常に有効な場所。また、目的地も非常に明確でいいが、課題としては、やはり航空会社の協力が非常に必要になることと、費用対効果の下、やはり全世界から来ると、いろいろなエアラインがある。これにどこをどう網を張るかというのは非常に難しい。それも発地側のほうを押さえなければならない、ここが非常に実施面として厳しい。福岡のように限定されたエリアだと、マジョリティーの1つのエアラインを決めて狙い撃ちをかけていくことはできるが、課題は残る。
- 成田だけで週1,900便来ているため、これをどうチャンネルを張るかというのは非常に大きな課題になる。
- 着地の空港からの2次交通。今回の福岡の場合、2次交通はコンパクトではあり、初期コンタクトということでは非常に有効。交通カードとの親和性も非常に高い。ただし、交通事業者の協力が必要。本実証では、準備期間に時間がかかることと、交通事業者さんのオペレーション上の問題で今回諦めたが、比較的有効な手段ではあると思っている。
- 滞在エリア・宿泊施設は域内に入り、ゆっくりするため、初期コンタクトということでも非常に有効。また、行動拠点として、滞在時間が非常に長い。チェックインする際の告知、館内設備での告知をしたところでゆっくりと説明できる環境がある。ここでは

やはり宿泊事業者の協力が必要になる。

- このタッチポイントはある程度エリア性が出る。かなり狭域の告知になるため、エリアで攻めていくときには非常に有効な手段になる。今回も福岡トライアルでホテルに何か所かお願いしたが、時間的な都合もあり、2つぐらいのホテル拠点でのみの実施になった。ただ、今、ホテルがかなり景気がよく、本業以外のオペレーションが増え、ご迷惑をかけるような状況になっているので、何かインセンティブがホテル側に働くような仕組みが必要になる。
- 観光案内所・商業施設は、今回、福岡市の協力で、ポスター掲示やチラシの配布等の協力いただいた。消費のポイントにも非常に近いことが1つメリットに挙げられる。ただ、川上というよりもむしろ川中、川下に近いところであり、この段階で例えばカードもしくはダウンロードしてもやはり使われる時間が短くなっていくため、そこが1つデメリット。課題としては、施設事業者の協力が非常に必要。
- アプリをダウンロードしていただき、実証で、短い時間の中で、一応3万3,000ほどダウンロードしていただいた。別のアンケートでは、日本でダウンロードしたアプリを意外と皆さん削除しない。これにより戻ってからも、プッシュ配信等ができていく。今後ECコマース等の可能性も出てくることを検討している。ソーシャルな拡散が今後やり方によってはかなり期待できる。スパンは長いですが、そういう意味では非常にPR効果も上がってくる。バーチャルコンタクトであるがゆえに、カード等の手渡しは向かない。そういう意味で、滞在中、訪日中の利用促進には適さないということが課題。
- JTBグループとしても、この訪日インバウンドのタッチポイントはグループとしても非常に課題。そういう意味では、グローバル交流マーケティングをJTB総合研究所でテーマに掲げ、訪日前の有効な告知から、実際入ってきたスムーズなシームレスな移動・回遊の支援、域内における魅力的な目的地、要するに、観光地の開発、都市機能の高度化に貢献でき、また、国内消費の促進、地域交流の促進、こういったものを促すようなマーケティングメソッドに取り組もうと考えている。加えて、SNSを利用活用して、今後訪日ファンをどんどん作り、訪日インバウンドのコミュニティ化を図っていききたい。このようなことをテーマとしてJTB総研では取組を行っている。

(3) サービス検討の具体化について

【小笠原課長】

- 本ワーキングに、サービス検討サブワーキングを設置し、具体的な検討を進めていってはどうかという提案。もともと本懇談会は、親会、幹事会があり、様々な民間の協議会等のご協力を維持しつつ、目標を立てていこうということであった。先ほど申し上げたアクションプランの各協議会で協力いただいた横串を通した都市サービス高度化のワーキンググループを設置して検討を進めてきたが、先ほどのアクションプランの具体化を進めていくに当たり、本ワーキングの下にサービス検討SWGをもうける体制をとってはどうか。
- 坂村先生のところでは、本ワーキングの下で技術検討のサブワーキングは構成員の技術の関係の方々に協力をいただいていた。サービス検討のサブワーキンググループでは、実際カードをお使いいただく、あるいはカードによって情報を引き出したり、カードによってサービスを提供したりというサービスの方々に中心にお集まりいただき、都市サービスとしてどのようなサービスを具現化していくかといったようなことを具体的にご検討いただきたい。
- 検討の素材として、今後の幾つかシナリオメイキングということを行っていただく場ができるということを想定している。その理由として、アクションプランで、先ほど申し上げた実施地域、先行導入地域として、もう既に幾つかの方々に候補として手を挙げていただいているというところとして、港区、竹芝、成田・幕張、六本木・虎ノ門といった幾つかの候補地が既にある。
- 今後シナリオメイキングの場を設けて、そこでご検討いただき、具体的なプランをこのサブワーキンググループにご報告あるいはご提案いただく。それを基に、このサブワーキングあるいは本ワーキングでアクションプランとして具体化してはどうか。
- スケジュールは、年度内に親会で、様々なアクションプランを改定すると同時に、そのアクションプランを発表すると同時に行っていく。アクションプランの策定に合わせて、この都市サービス高度化ワーキングとサブワーキングを開催していく。

【坂村主査】

- 親会の岡座長からは、具体的な報告書をつくるのではなく、具体的なアクションプランを作り、それを実行に移して行くことを厳命されている。私は幹事会の主査として、アクションプランをつくり、実行に移していきたいと考えている。

- なぜワーキングやサブワーキングを作るかについては、実行に移そうとしたときに、幹事会も規模が大きく、また、懇談会にもたくさんの方がいるので、そこで実行プランを実際に実行していくということ困難であるので、これを細分化し、機動的にしていかなないとできないということ。
- これについて重要なことが2つある。このサービス高度化ワーキンググループの支えになるのは、まず技術インフラストラクチャーをつくるということ。技術基盤をきちんと作るということで、これは技術検討サブワーキンググループがやっている。これは適宜、技術に応じていろいろと協力していただくために、特に委員会をやってやるというよりは、タスクごとにいろいろ協力をいただく。その結果は、都市サービス高度化ワーキンググループに反映させる。
- もう一点、サービス検討サブワーキンググループは、実際に使っていただくためのサービスの方たちに説明し、実際に使っていただき検討していただく。そのために、サービス検討サブワーキンググループを作り、ご参画いただける方に、内容に関してご理解いただいた上で、新しいインフラを使っていろいろなことを展開していただけないかというようなことをお願いしてきた。
- 成果は全国に広げなければいけないが、典型的な事例を出さないとうまくいかないため、こういうグループで協力していただけるサービスの方が集まっているいろいろ検討をしたいと考えている。
- 今申し上げたように、来年の4月から実証実験について、4月に限らず準備が整った段階で、技術検討ワーキンググループがつくったインフラに則って行っていただきたい。実証実験は、1カ所でしかやらないというわけにはいかないのです、たくさん作り、これがどんどん増え、全国に広がれば、このインフラはレガシーになったということになるので、たくさん増やす必要がある。
- 実証地域の選び方としては、手を挙げていただける方たちの原動力がこれを増やしていくと思うので、このインフラに則っていろいろなことを手を挙げていただけるところはどんどん行っていただき、単独1社、グループでも、地域でも行っていただきたい。場所が決まらなければいけないといったものではなく、サービスの現場を持っている方であればどなたでも進めていただきたい。
- 単独1社でもいいというのは、これは連携するのが目的であるため、1社が例えば10個あれば、その方たちが特に話し合いをしなくても連携できるようにするインフラ作

ろうとするものであるから、それが10個に増えれば10個が全部連携したということになるのであり、1個で独立に行っているものではない。

- 例えば同じカードを使っているため、どこであっても共通端末でフランス語と入れたらフランス語が出るといったら、もし別のところに持っていても出なければ、全くこのインフラ使われなくなるため、何にも特にこのグループ間で話をしなくても連携するということが一番重要。それがまさにオープンIoTと言われているもの。
- クローズにしてしまうと、話し合えないと連携できない。ここで一番重要なことは、オープンな連携機構をつくろうとしているものであるという点。まさにTCP/IPをつくればコンピューターは全部つながるといふ今のインターネットと同じ。そのTCP/IPに相当するところをここで定めようということ、そのための実証を行うことになるので、1社でも構わない。1社でも、それが2カ所になればその2カ所が連携するということになる。これを始めますので、ぜひ実証実験したいということがあるなら、どんどんグループ化だろうと、1個だろうとどこだろうと、ぜひ構成員の皆様方のご協力、どんどん手を挙げていただきたい。

(4) 意見交換

【村尾構成員】

- やってみるといふことがすごく大事だと考えている。そういう意味で、このサブワーキングには参加させていただいて、いろいろな議論を具体的に始めることが大事。具体化に向けての議論がきちっと煮詰まって、各社がどんな関わり方をしていくのかというのが明確になってくるので、実現するためには何が必要かという具体の議論によろやく入っていった。そういう意味で、各社とも協力しながら議論していきたい。

【坂村主査】

- 村尾様には前から言っているが、東京メトロとしてもいろいろと、協力して活動していきたい。実証実験といっているのは、最終的に2020年のレガシーになるものをいいものにするために、サービス検討サブワーキンググループがあるので、これでもってもう変えないというのではなく、いろいろやったときに都合が悪かったら直そうというのが実証実験であり、フィージビリティスタディの期間。
- 意見を言ってもらいたいということは非常に重要であり、このサービスワーキンググル

ープでいろいろ実験したら、このほうがいい、こうっていないと連携やりにくいよというようなことをどんどん言っていただき、そのフィードバックを技術検討グループのほうで真摯に受けとめてそれを直すということで、最終的にこの都市サービス幹事会に出す仕様書のようなものを完成させていくことが目的。

- メーカーの多くの方がいて、今後、検討を進めるために、多様なサービスがあるため、そういう意味で、どうしても参加者は増えざるを得ない。
- それと、もう1点、関係省庁の中に、経済産業省や文化庁も入っていただいております。文化の面でもついても強化しようと思っている。特に流通コンテンツを誘導したいところ、特に日本のものを展示している全国の博物館・美術館は非常に重要だと思っているので、ここは青柳文化庁長官とお会いして、ぜひこのプロジェクトやろうと言ったら、文化庁を挙げて協力いただくことになっている。

【山田局長】

- こういう形で坂村先生、村尾様からもお話しがあったとおり、まずやっぱりやってみる。やってみて、それで、実際に問題点もわかってくる。また、どれだけ便利になるかということもわかってくると思う。どんどん提案をいただくような会議をサブワーキングでやり、またこの場に持ってきてほしいと思うので、ぜひいろいろな方にご協力いただきたい。

【坂村主査】

- 本日の議事は以上。最後に、次回の日程などについて、事務局から願います。

【小笠原課長】

- 本ワーキングの日程については、このサブワーキング等、進捗状況に応じてまたお知らせしたい。

以上