

VI 集客地におけるモバイルオフィス

1 集客地としての「道の駅」の特徴

集客地、例えば観光地における ICT の利活用は、WEB 等での情報提供・情報発信などを主体として様々なシステムが実際に運用されている。

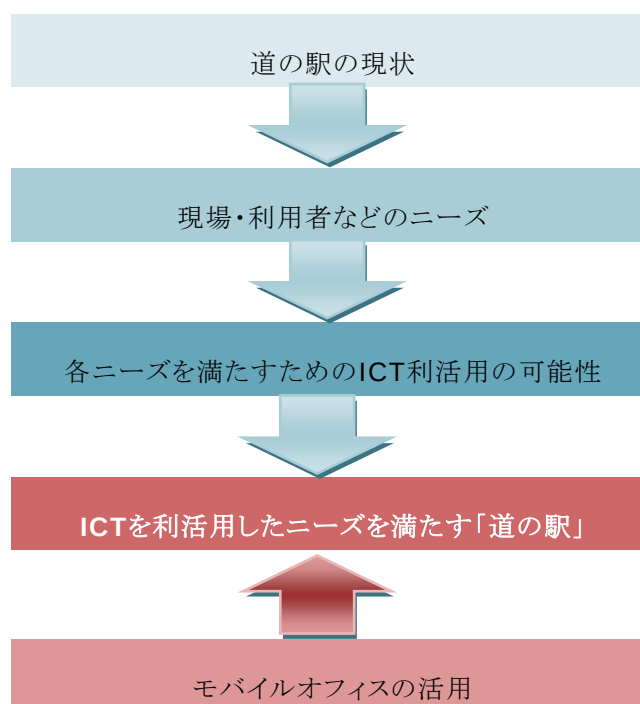
こうした情報提供型システムの中には、必ずしも有効に活用されているとは言い難いものもあり、その主な理由としては、

1. 提供される情報が利用者のニーズと乖離している。
2. 情報を提供する側におけるシステムの使い勝手の悪さ。

といったことがあり、その背景としては、そのシステムに対する受け手のニーズ・送り手のニーズについての調査が不十分であり、「最初にシステムありき」であったことが考えられる。

そこで、「集客地におけるモバイルオフィス」の検討に当たっては、実用性の高い利活用モデルをとりまとめる観点から、まず、現場と利用者などのニーズを明らかにした上で、それに相応しいシステムはどうあるべきか、そして、その中でモバイルオフィスをどのように活用すべきかを視点とし、その検討対象としては、車との関わりが強く、情報発着信拠点という性格を持つ「道の駅」を選定し、調査検討を行った。

調査検討のプロセス



(1) 道の駅の基本機能

道の駅は、平成 21 年 7 月現在で全国 917 箇所が登録されており(国土交通省道路局ホームページによる)、国(国土交通省)や都道府県が基本的な施設である駐車場やトイレを整備し、市町村や第三セクターなどが付帯施設を設置している。

【道の駅の基本的な機能】

- ①道路利用者のための「休憩機能」(原則24時間)
- ②道路利用者や地域の方々のための「情報発信機能」
- ③道の駅をきっかけに町と町とが手を結びあう「地域の連携機能」



図 29 道の駅のイメージ (国土交通省道路局ホームページから引用)

国土交通省道路局ホームページによれば、平成 5 年 4 月に全国で 103 箇所が登録されたのを皮切りに年々増加の傾向にあり、16 年間で約 8.9 倍に達していることから、社会的に広く受け容れられた施設となっている。

こうした道の駅は、原則的には単独した事業として経営されており、各道の駅の連携は経営面では極めて希薄であり、そのため、年間 5 万人近い来場者のある道の駅もあれば、最低限の機能に限定しドライブイン化した駅もある。

2 道の駅に関する現状調査

本調査検討会「集客地にモバイルオフィス」WGにおいては、道の駅に関するニーズを把握するため、以下のとおりの調査等を実施した。

(1) 道の駅における現地調査

① 調査の概要

【目的】運営者（駅長等）から現状を聴取することにより、モバイルオフィス利用の可能性を明らかにする。

【調査日】平成 21 年 8 月 21 日 岐阜県 土岐美濃焼街道 どんぶり会館

【調査内容】1 道の駅概況 2 道の駅におけるモバイルオフィス導入時について

【参加者】

道の駅土岐美濃焼街道駅長

丹羽正孝

道の駅加子母

安藤直樹

伊藤忠商事株式会社知倶楽部室長

賦勺尚樹

調査検討会 WG

小野恒夫、赤崎まき子



道の駅土岐美濃焼街道



調査状況

② 調査結果

- (1) 道の駅を成功させるためには、道路利用者に「親切をいかに提供するか」という問題を迫及することが大切である。
- (2) 道の駅の駅長は、地域のコンシェルジュであるべき。地域の情報、人脈を駆使して、道路利用者への「親切提供」をしていくことが必要。

【道の駅から発信可能な(発信したい) 情報】

- ・ 今日、この時間に診察可能な医療機関
- ・ ザリガニやおたまじゃくしを見ることのできる場所案内
- ・ 今日のお買い得情報
- ・ 実際の現地天候（報道機関による「大雪」といった言葉だけではなく、実際の状況を映像で伝える）
- ・ 駅長さんの所在
- ・ 駐車場の空き情報
- ・ 道の駅内レストランの空席情報
- ・ 地域住民から発信される情報（私のおすすめ観光スポット、お気に入りのメニュー、大好きな風景が見られる場所、お寺情報など、観光雑誌や行政発行の観光ガイドには乗ることのない地域密着の情報）

- (3) 防災の観点からも、駅の利用が検討できるはず。
- (4) モバイルオフィスが実現した場合、上記情報を映像で伝送し、車で移動する旅行者からの問い合わせ、例えば、レストランの予約やイベント参加予約が可能となる。
- (5) カーナビ等と連動する情報発信が可能になれば、道の駅周辺を通行する車に対して、情報発信ができるはず。

「本日偶数ナンバーのお車には特産品を何パーセント引き」

「本日誕生日の方にはプレゼント」

「おたまじゃくしに足がでました」

などといったタイムリーな情報を配信することにより、利用者の誘い込みが可能となる。

(2) 道の駅に関する公開討論

愛知県 ITS 推進協議会第 50 回会員セミナーとの共催により、「モバイルオフィスの利活用に関するセミナー」を開催し、その中で公開討論（パネルディスカッション）を行った。

① 公開討論の概要

【開催日時】 平成 21 年 11 月 6 日（金）13:00～16:00

【開催場所】 名古屋ガーデンパレス 3 階 葵の間

【聴講者】 67 名

【討論の目的】

- ・ 道の駅におけるモバイルオフィスの活用可能性について、道の駅側のニーズから検証する。
- ・ ITS 関係者が道の駅について理解を深めることで、道の駅と ITS 関係者の連携を促進する。

【討論者】

- ・ コーディネーター

株式会社デンソー ITS 開発部 技術企画室主幹 小野恒夫 (調査検討会 WG)

- ・ パネラー

株式会社エイ・ワークス 代表取締役	赤崎まき子 (調査検討会 WG)
道の駅 加子母 ゆうらく館 駅長	安藤直樹
道の駅 田原 めっくんはうす 前駅長	長神隆士
道の駅 土岐 美濃焼街道 駅長	丹羽正孝
伊藤忠商事株式会社 未知倶楽部室長	賦勺尚樹
総務省東海総合通信局 陸上課 上席電波検査官	石田敦敬 (調査検討会事務局)

② 公開討論の内容

- ・ 今、旅は「見る」から「知る・体験する」に変わってきており、観光パンフレットには載せる事のできない、リアルな現場の需要があると思われる。道の駅はそれらの情報を活発に発信していくことで、利用客の向上につながる。（丹羽）
- ・ 少ないスタッフで接客しながらの情報発信はなかなか難しいが、情報発信することで、集客が伸びるのも事実。（安藤）
- ・ 災害時において、地域住民には市役所等から情報提供されるが、車での旅行者に対する伝達手段がなく、ラジオを聞いていなければ情報密室になってしまう。道の駅からそれらの方に情報発信ができればよい（長神）
- ・ 防災等の情報以外に、わくわくするような情報を道の駅から発信することでさらに利用が増えるのではないかと。逆に車利用者へローカルコンテンツを流せるのは道の駅が最も有力であり、モバイルオフィスの有効活用ができるのでは。（赤崎）

討論のまとめ 道の駅側にも情報発信したいという強いニーズが確かにある。
情報発信するためには、容易に発信できる道具が必要。

詳細は、参考資料（P89）に記載

(3) 道の駅利用者に対するニーズ調査

第16回名古屋モーターショーと併催の「あいち ITS ワールド 2009」の来場者に対し、アンケート調査を実施した。

① 調査の概要

【実施日】平成21年11月22日(日)及び23日(祝)

【実施場所】ポートメッセなごや3号館 東海総合通信局展示ブース

【実施方法】調査員がアンケート用紙を手渡し、その場で設問に対する回答を記入し、調査員へ提出（無記名）

【回答数】87件

② 調査項目及び調査結果

設問1 あなたは道の駅へ行ったことがありますか？

はい	97.7 %
いいえ	2.3 %

設問 1-1

最後に行った道の駅は？

1999 年	1.2 %
2006 年	1.2 %
2007 年	1.2 %
2008 年	3.5 %
2009 年	62.4
不 明	30.6

設問2 道の駅へ行く目的は何ですか？

休憩	82.8 %
食事	24.1 %
買い物	39.1 %
道路・観光情報入手	23.0 %
スタンプ集め	8.0 %
その他	3.4 %
特にない	4.6 %
不明	1.1 %

設問3

ドライブで出掛けた慣れない土地で、道の駅とコンビニが並んでいました。あなたは少しお腹がすいたと感じています。

あなたならどちらへ寄りますか？

道の駅	71.3 %
コンビニ	21.8 %
どちらへも寄らない	4.6 %
不明	2.3 %

【道の駅を選んだ理由】(※原文のまま)

- (1) 落ちついて食べられそう。コンビニはどこにでもあって新鮮味がない
- (2) 広い、自由、物が、トイレがきれい
- (3) 郷土品があるため、お得感
- (4) 地域のこと(名物など)がわかる
- (5) いつもとちがう物がありそう
- (6) 地元の名産品が手に入る
- (7) ゆっくりできる
- (8) 食事ができる。休けいできる。広い駐車場
- (9) 他の場所にはないため
- (10) 地方のスナック等があるから
- (11) P 有
- (12) 珍しいものを売っている(地場の)
- (13) 土地の産物にふれる
- (14) 何も買わなくても問題ないから
- (15) ご当地の珍しいものがありそう
- (16) 色々あったから
- (17) 土地のカラーがよくでているから
- (18) いろいろなものも見れてたべるものがありあきない
- (19) その土地を感じられるから
- (20) 地元の情報が得られる
- (21) 食事がおいしい
- (22) 普通の食事ができるから
- (23) ゆったりした休けいスペース欲しい
- (24) 公共的な施設だから
- (25) 目的品
- (26) 色々ある
- (27) 地元の物がほしい
- (28) おみやげ
- (29) ゆっくり食事できる
- (30) コンビニはすわれない

- (31) 地産の物が食べたい
- (32) 土地のものが買える
- (33) 土地のものが食べられるから
- (34) トイレもかりれる
- (35) 食事ができるから
- (36) 観光パンフがある
- (37) トイレ
- (38) コンビニはあじけない
- (39) 色々な情報を入手したい
- (40) トイレが広い
- (41) 地場のものがあるから
- (42) 地元の食事が食べられる
- (43) 特産物等あるから
- (44) 食事とめずらしい土地の物を入手できる
- (45) 特産品が多い
- (46) 便理である
- (47) 地元の物がたべられるから
- (48) トイレがかりやすい
- (49) 何かいい地域のものがあるから
- (50) 地元の人が売っている物が買える。
- (51) 地のものを感じたい 食べたい
- (52) 郷土料理があるから
- (53) その土地の品物があるから
- (54) 土地の物が食べれる
- (55) コンビニはどこにでもあるから
- (56) かい物ができる。
- (57) 地元のおすすめが有るから
- (58) 郷土料理があるから
- (59) その土地独自の食べ物がありそうだから

【コンビニを選んだ理由】(※原文のまま)

- | | |
|------|-----------------|
| (1) | 品ぞろえが豊富 |
| (2) | 手軽 |
| (3) | いろいろある |
| (4) | 休憩もできる |
| (5) | なれているから |
| (6) | 安心できる |
| (7) | 食料を売っているから |
| (8) | 急ぐ時 |
| (9) | 食べ物が多い |
| (10) | 何となく、食事があるかわらない |
| (11) | 何でもある |
| (12) | 商品がわかっているから |
| (13) | 弁当 |
| (14) | 子供がすぐに物をえらべる |
| (15) | コーヒー・たばこ |
| (16) | 種類が多い |
| (17) | 近い 狭いから良い |
| (18) | 品ぞろえがわかっている |

【どちらへも寄らないを選んだ理由】(※原文)

- | | |
|-----|------|
| (1) | 太るから |
| (2) | 別になし |

設問4 道の駅に期待すること(もっと充実してほしい機能)は何ですか？

休憩サービス機能	58.6 %
飲食サービス機能	49.4 %
物販サービス機能	34.5 %
観光ガイド機能	40.2 %
道路交通情報	37.9 %
緊急時支援機能	14.9 %
不明	1.1 %

設問5 慣れない土地をドライブ中に、カーナビ上に「この先5km土砂崩落のため通行止め・詳細はこの先1km道の駅XXXで確認を」と情報が表示されました。あなたはこの道の駅に立ち寄ると思いますか？

必ず立ち寄る	32.2 %
たぶん立ち寄る	52.9 %
立ち寄らない	4.6 %
わからない	10.3 %

設問6 慣れない土地をドライブ中に、カーナビ上に「新鮮野菜/お弁当・今だけ半額・この1km先道の駅XXX」と情報が表示されました。あなたは、この道の駅に立ち寄ると思いますか？

必ず立ち寄る	20.7 %
たぶん立ち寄る	57.5 %
立ち寄らない	10.3 %
わからない	11.5 %

設問7 道の駅の手前1kmあたりで問5、問6のような情報が受信できる場合、あなたはどの機器から受信することを望みますか？

カーナビで画面表示+音声読み上げ	78.2 %
ETC 車載機から音声読み上げ	18.4 %
地域 FM 放送	9.2 %
携帯電話へ電子メール受信	2.3 %
その他	2.3 %
不明	1.1 %

設問 8 たまたま立ち寄った道の駅でおいしい松茸ごはんを食べ、来年もまた来て食べたいと思いました。来年のこの時期に、道の駅からどのような方法で情報発信してほしいですか？

郵送によるダイレクトメール	17.2 %
電子メールによる案内	39.1 %
道の駅ホームページ	42.5 %
その他	5.7 %
情報発信は知らない	4.6 %
不明	2.3 %

設問 9 たまたま立ち寄った道の駅の情報コーナーで、12km離れた隣の道の駅できのこ汁 1 杯無料サービスしていることを知りました。あなたはどのようにしますか？

隣の道の駅は行く	33.3 %
もう少し大きなメリットがあれば行く	51.7 %
サービスの大小にかかわらず行かない	5.7 %
その他	6.9 %
不明	2.3 %

③ 調査結果の考察

■道の駅の利用率とその目的

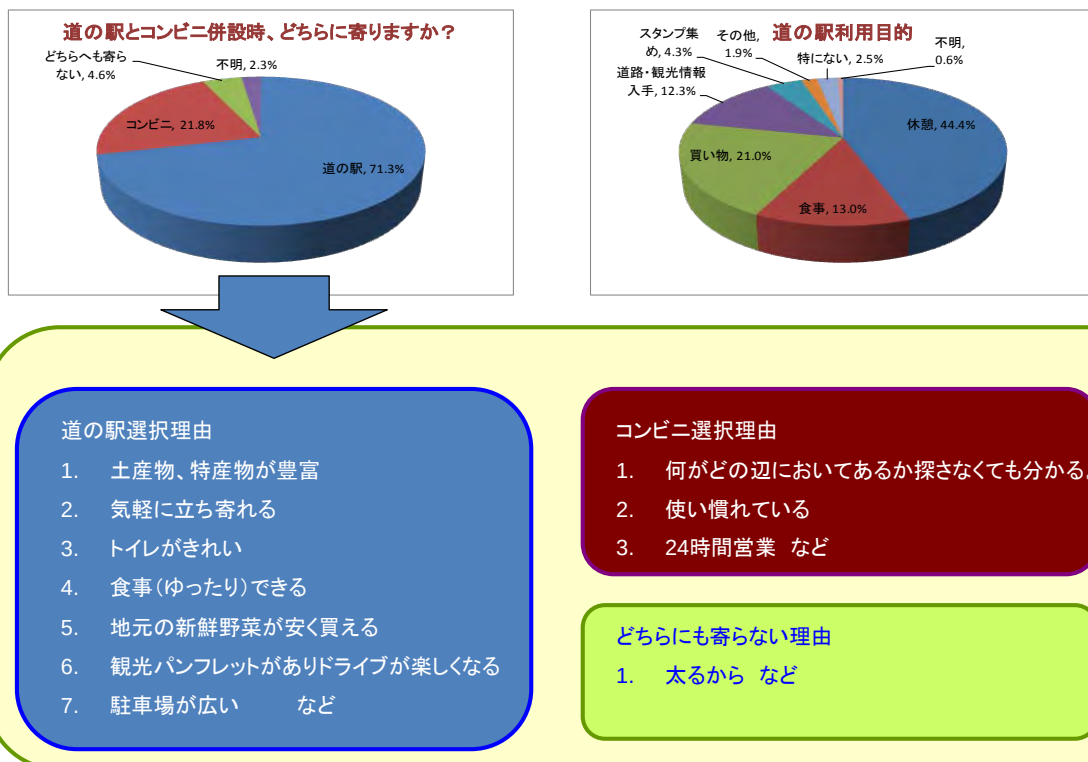
道の駅へ行ったことがある人は **98%**、さらに調査を実施した **2009 年** に道の駅を訪れた人が **62%**を占めており、道の駅が広く浸透し、活用されている姿が浮き彫りになった。また、道の駅を訪れる目的としては、休憩、食事、買い物、道路・観光情報入手などが上位を占めている。

■道の駅とコンビニエンスストア

道の駅と類似の機能を有するコンビニエンスストアとの使い分けという視点で、道の駅への期待を探るため、慣れない土地をドライブ中に少しお腹がすいた時に、どちらを選好するか尋ねてみたところ、**71%**が道の駅を選び、**21%**がコンビニエンスストアを選んでいる。

道の駅を選んだ理由としては、「土産物」「特産品」「新鮮野菜」など日常生活では入手しにくいものがあること、「トイレがきれい」「駐車場が広い」「食事がゆったりできる」など上質な休憩機能などをその理由として挙げている。

一方、コンビニエンスストアを選んだ人は、「慣れ」「共通の品揃え」「24時間営業」など便利さを理由に挙げている。



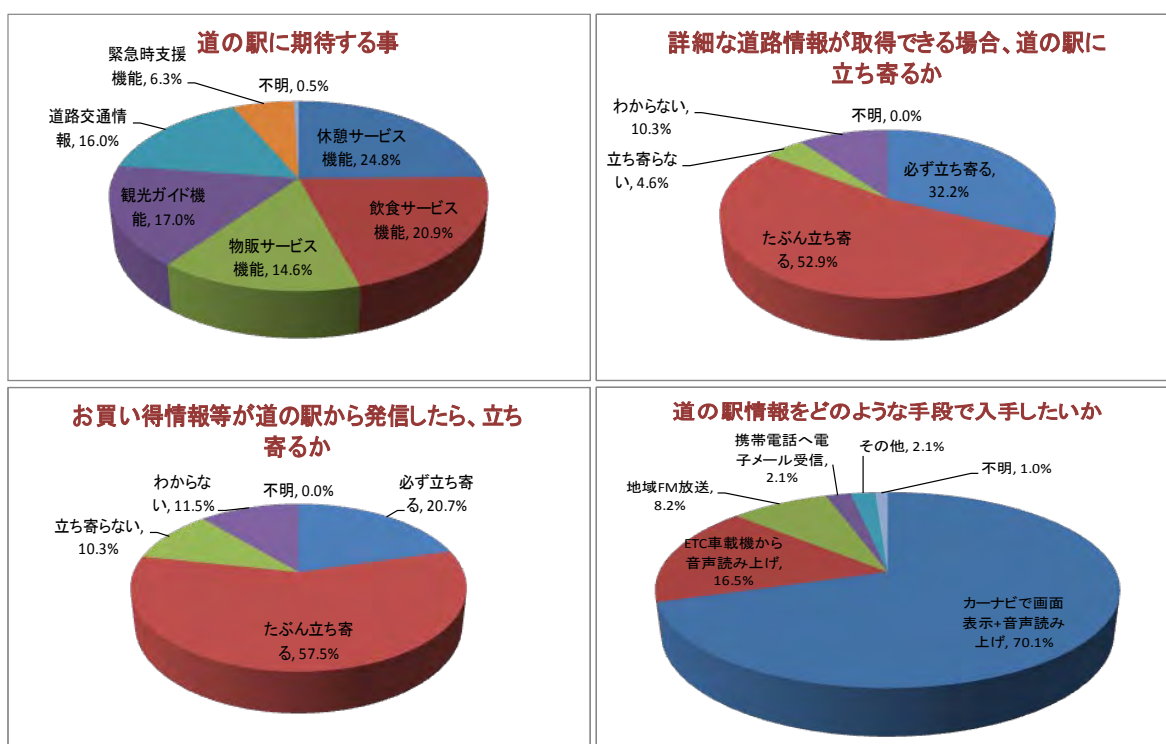
ITSワールド2009 展示会での来場者に対するアンケート結果

■道の駅に対する期待等

道の駅に期待することとしては、休憩サービス機能、飲食サービス機能に期待する人が半数前後、観光ガイド機能、道路交通情報、物販サービス機能に期待する人も多い。

その一方、通行止め情報などの公的性格の強い情報について、**85%**が道の駅での詳細な情報の入手に期待を示しており、買い物情報については、そうした情報を受け取った場合、**78%**が立ち寄りとしている。

さらに、車内での情報受信手段としては、**70%**がカーナビを通した情報入手を希望している。



ITSワールド2009 展示会での来場者に対するアンケート結果

3 現状調査の分析

(1) 「道の駅」におけるICT利活用の必要性

① 道の駅側のニーズ

道の駅における現地調査および公開討論から、道の駅側では情報発信機能を強化することで来場者を増やしたいというニーズが強いが、その障害要素としては、容易にドライバへ情報発信する仕組みがない(或いは乏しい)ことが挙げられる。

また、道の駅周辺との連携の観点から、地域情報発信の拠点、災害時の避難先など公的な役割が期待されているが、先の容易な情報発信とも併せ、それに携わる人材が確保されていないことも、道の駅側のニーズを満たすための大きな問題となっている。

② 利用者のニーズ

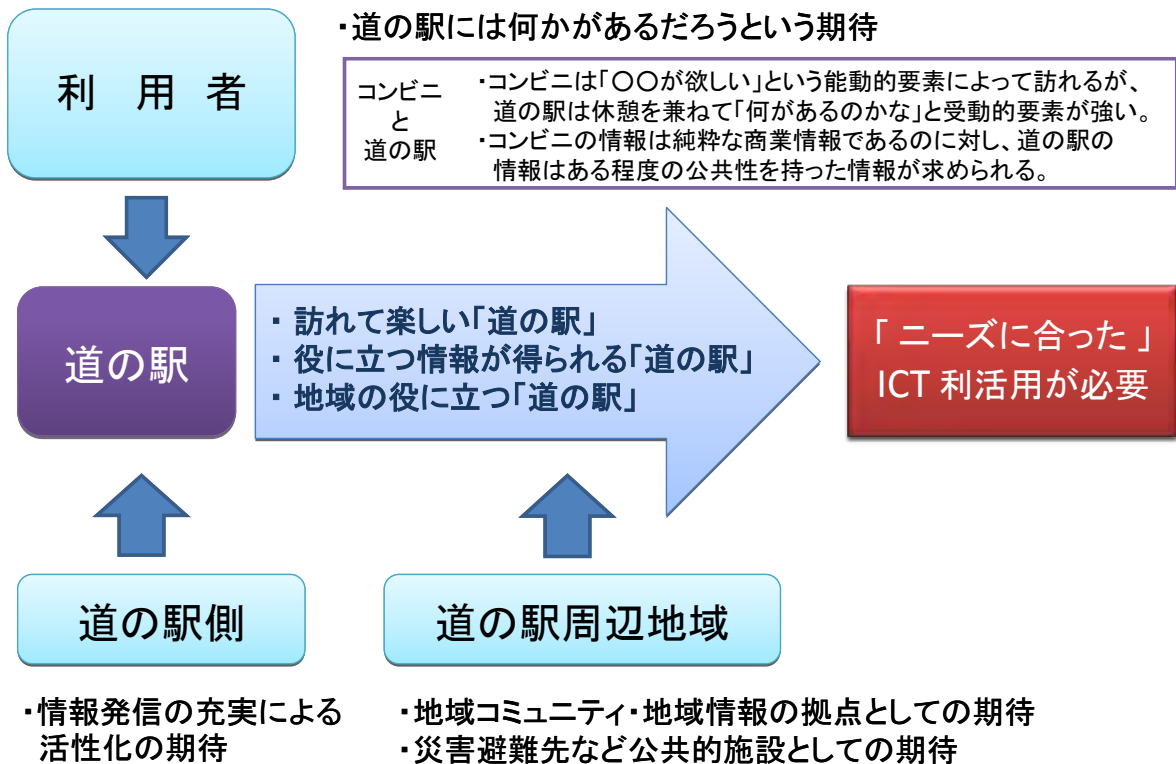
利用者に対するニーズ調査から、道の駅は多くの人にとって、コンビニエンスストアと同様に身近な存在であるが、利用者は、道の駅とコンビニエンスストアの利用を明確に区別している。

すなわち、コンビニエンスストアには能動的にある程度明確な目的を持って利用しているのに対し、道の駅については、休憩などの「付加価値」として、何かあれば利用したいという受動的な要素が強い。

そのため、利用者のニーズに合った情報がタイムリーに届けば、道の駅に立ち寄る頻度が高まる可能性が高い。

また、道の駅に対しては、道路情報などの公的性格の強い情報について大きな期待が寄せられている。

以上から、利用者のニーズに合った情報を道の駅からタイムリーに発信することができ、それをカーナビなどで手軽に受信できる車内環境が整えば、道の駅に立ち寄る利用者を増やすことが可能であり、また、道の駅側にもそうした情報を発信したいというニーズがあることから、その両者をつなぐための手段として ICT の利活用は必須と言ってもよく、さらに、道の駅を情報発信拠点とすることで、地域との繋がり、すなわち地域コミュニティ拠点、或いは災害時等の公的支援拠点ともなり得る点からも、道の駅における ICT 利活用は、極めて有効であると考えられる。



(2) 「道の駅」におけるICT利活用のあるべき姿

以上を踏まえ、道の駅における ICT の利活用をいかに利活用すべきかを以下のとおり整理した。

■始めにニーズあり

せっかくシステムを整備しても現場で継続的に運用できなければ役立たないことから、道の駅側のニーズ、利用者のニーズを正しく把握する必要。

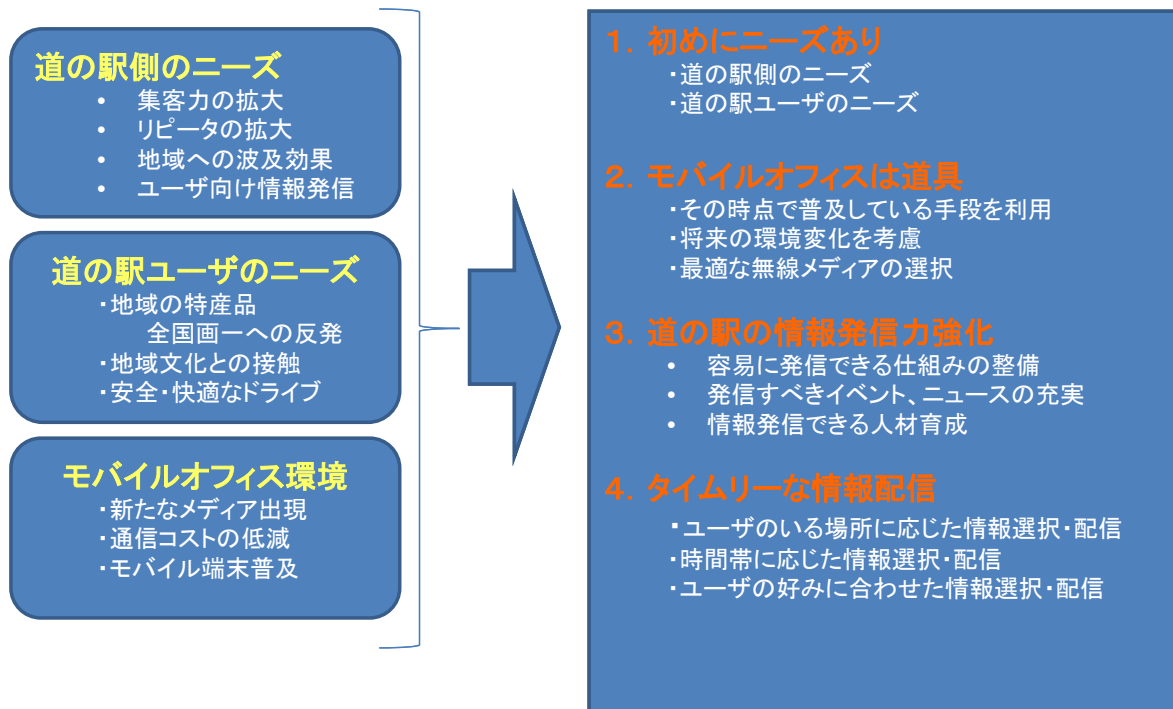
■道の駅情報発信力の強化

無理なく継続的に情報を発信するためには、道の駅が容易に情報を発信できる仕組み、利用者のニーズに合致したコンテンツの確保、ICT 活用やイベント・観光企画を推進できる人材育成が必要。

■タイムリーな情報配信

道の駅から発信された情報を、相手の場所・時間・嗜好などを考慮して、最適な方法・タイミングで配信するシステムが必要。

モバイルオフィス活用の方向性



これらの要件から、利用者の「場所・時間・嗜好」を軸として、各場面のニーズを反映してとりまとめたのが、次の情報配信・提供システムの概念である。

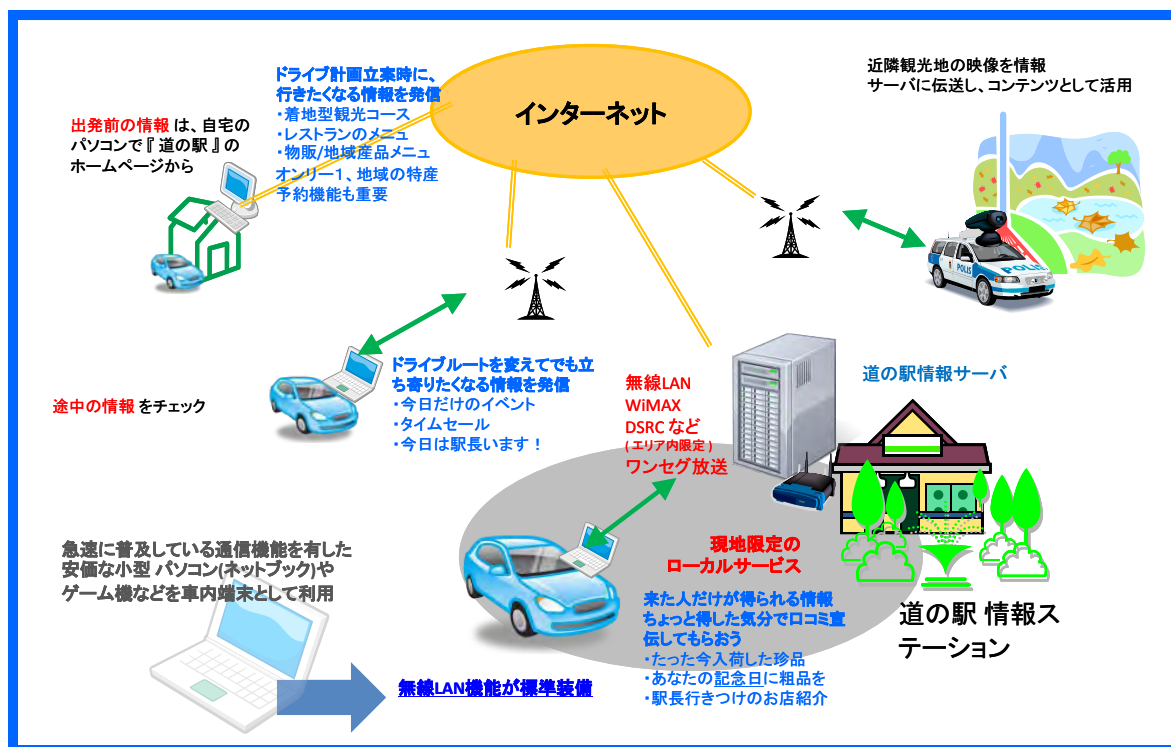
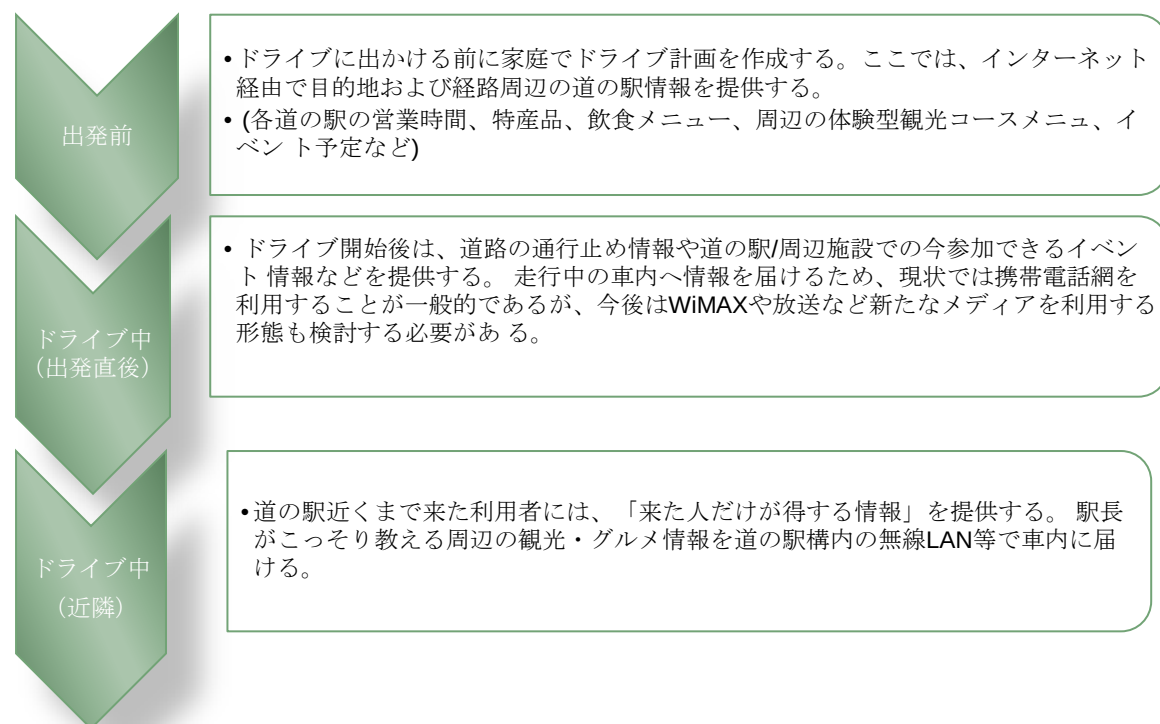


図 30 道の駅における情報配信・提供システムの概念



4 「モバイルオフィスを活用した道の駅総合情報システム」

(1) モバイルオフィスの利活用

本分野での調査検討は、これまで述べてきたとおり、実用性の高い利活用モデルとの観点から、「システムありき」ではなく、その「ニーズ」を出発点とするシステムについて調査検討を進めてきた。

その結果として、情報配信・提供システムの概念を前項のとおりとりまとめたが、この中で移動体通信技術を基盤とするモバイルオフィスが、例えば、近隣観光地の画像伝送などにおいて必要不可欠なシステムであるものの、モバイルオフィスの利活用だけを前提として実現するのは困難である。従って、本調査検討分野におけるモバイルオフィスの利活用は、それ単独の利活用ではなく、ニーズに合致したシステムの中の一つの「道具」として最も適したシーンにおいて利活用とすべきであり、併せて、移動体通信技術が日々進化している現状からは、数年先の動向（無線技術の進歩、車載器等の普及予測）も視野に入れることも重要である。

以上の点をこれまでの検討と併せて、集客地におけるモバイルオフィス～道の駅における利活用～の具体的利活用モデルとして「モバイルオフィスを活用した道の駅総合情報システム」をとりまとめた。

流入車両へのプッシュ型情報サービス

- 道の駅の手前2～3kmを走行中の車両に対して、道の駅への立ち寄りを促す情報を送り込む。
- 特に1時間以上走行し続けている車両には、安全のため道の駅で休息を取ることを強く促す。さらに、今参加できる道の駅内のイベント、特売品、道の駅周辺のミニ観光コースなどを紹介する

駐車車両へのリクエスト型情報サービス

- 道の駅駐車場へ入場した車両に対して、歓迎メッセージとともにこの道の駅の情報検索メニューをダウンロードする。
- ドライバは初めて訪れた道の駅であっても、トイレやレストランの位置、特産品や駅限定の飲食メニュー、1～2時間程度で回れる周辺のミニ観光コースなどを、車両から出る前に知ることができる。
- ただし、このサービスは、DSRC車載器の普及、DSRCアンテナの道の駅内設置など環境が整った後に実現する。

ビジターへの道の駅内情報サービス

- 道の駅内の情報コーナーで、特産品や駅限定の飲食メニュー、1～2時間程度で回ることのできる周辺のミニ観光コース、駅長のつぶやきなどを知ることができる。また、ミニ観光コースはここで申し込み・予約ができる。また、周辺の観光地図、正確な道路地図、広域地図など好みに応じた地図を、ここでプリント出力して持ち帰ることができる。

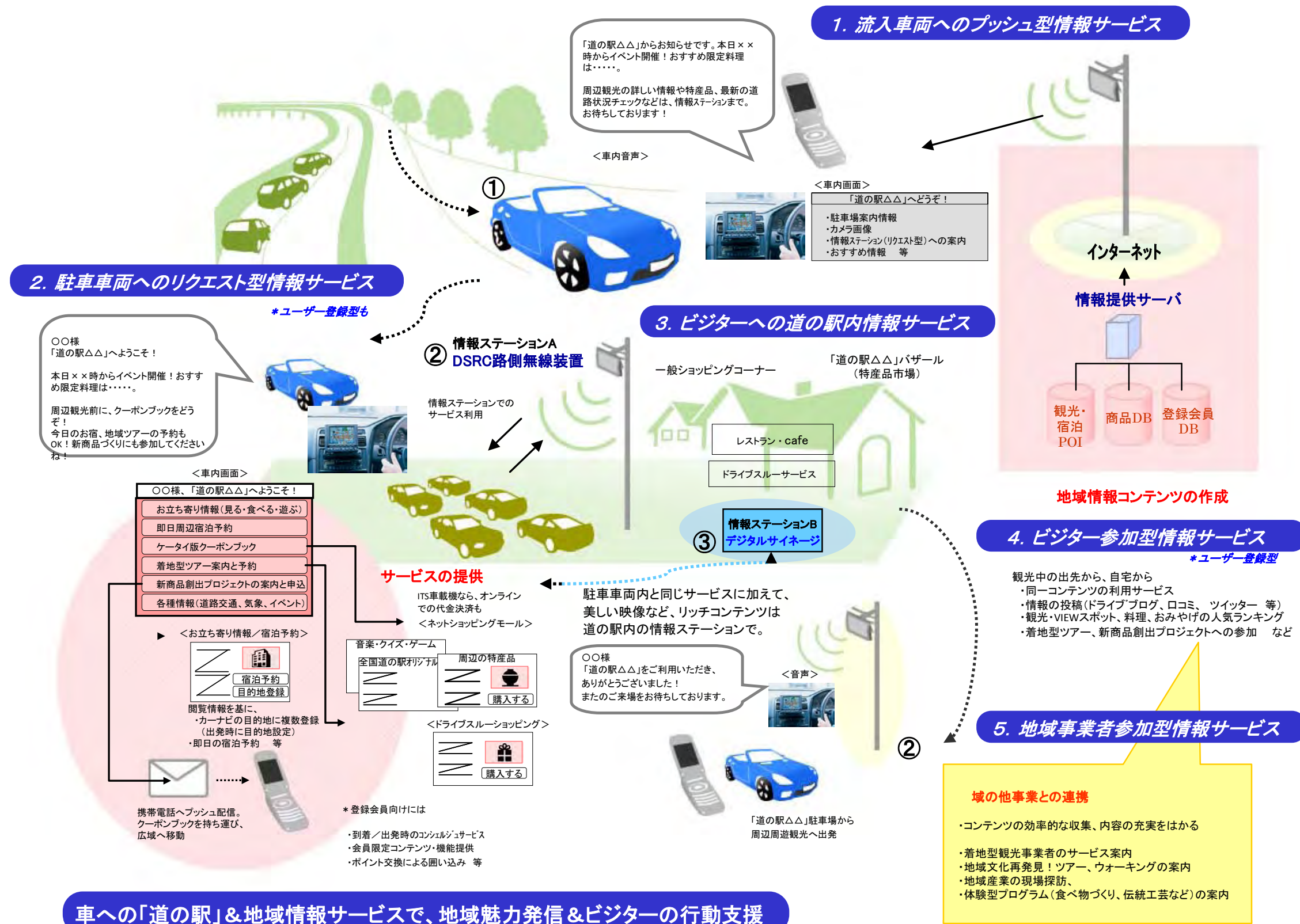
ビジター参加型情報サービス

- 道の駅およびその周辺地域の活性化促進のため、ビジターの声を吸い上げる仕組みを整える。
- ブログ、ツイッターなど世の中に広まっている道具も活用し、物販施設での品揃え、レストランでの飲食メニュー、着地型観光コースなどのレベルアップを実現する。

地域事業者参加型情報サービス

- 道の駅周辺の農林水産事業者、地場産業、観光事業者などの参画を得て、地域の魅力を高め、リピータの拡大を実現する

(2) 具体的利活用モデル



5 実現に向けての課題

① システム構築

ICT の進展により、情報発信する道具はいろいろ選択できる環境になっているが、道の駅に出入りする人（農家の老人、地元の諸団体の役員など）は、必ずしもその取扱いや使いこなしに、慣れていないのが現状である。

そのため、一部の ICT に慣れた人しか情報発信できない難解なシステムでなく、既存の携帯電話やパソコンなどで平易に使えるシステム、現場に近いところからいつでも鮮度の高い情報を発信できるシステム環境が必要である。

さらに、情報を発信・配信する作業と、現場からそこで起きている事象を入力する作業に分け、情報入力作業だけに専念できるなどの工夫も必要である。

また、発信・配信された情報を、道の駅利用者である観光客やドライバが、いつでもどこでも受信できる環境整備が必要である。

現状においては、既に広く普及している携帯電話やパソコンで受信することが中心となるが、運転中のドライバが受信するためには、運転の邪魔しないことは鉄則であるため、走行中は音声だけで案内し、停車・駐車時に文字や画像で補うなどの工夫が必要である。

さらに、今後普及が期待される DSRC や WiMAX など新たな通信メディアの活用の仕方、あらかじめ将来計画に織り込んでおく必要もある。

- ・ 容易に情報発信できる機能
- ・ どこでも受信できる機能

② 最適なタイミングで配信できる機能

一口に道の駅利用者と言っても多様であり、初めて訪れる観光客、何度も来ている観光客、地元の人達等々、それぞれのカテゴリに対応したコンテンツを整理分類し、そのコンテンツを誰がどのような手段で発信するか固めておく必要がある。

また、その中で、観光客向けのコンテンツとしては特に「着地型観光」についての検討が重要である。

着地型観光は、現地集合・現地解散のツアーで、住民の参加を得て、体験・交流・学習等を目的にすることが多いことから、道の駅の基本機能にも整合するものである。

例えば、たまたま立ち寄った道の駅で、1～2時間程度でその地域の文化・歴史を体験できる観光コースを整備することで、道の駅利用者へのサービス向上だけでなく、地域経済の活性化にも役立つことが十分に期待され、地域の観光素材の掘り起こし、観光客受け入れ体制の整備をした上で、道の駅発着ミニ観光コースのメニューを充実することが、結果として発信コンテンツの充実に繋げることができるものと考えられる。

- ・ 発信コンテンツの整備
- ・ 着地型観光コースの開発

③ 道の駅でのイベント企画

道の駅を情報発信の拠点とするためには、それを推進する人材が必要であるが、道の駅駅長が常時対応することは一般的には困難であり、駅長を補佐して情報発信を推進する人（これを「道の駅助役」と呼ぶ）を設置することが望まれる。

また、道の駅から発信するコンテンツを充実するためには、前述の着地型観光コースの開発やイベント企画が重要な役割となるため、ICT技術の利用方法だけでなく、発信するコンテンツの創出をリードできる人材を養成することが、無理なく情報発信を継続運営するための要となる。

従って、「道の駅助役」には、ICT活用と併せて、観光コース開発、イベント企画などを推進できる人材となり得るための育成が必要であり、そのための教育環境についても検討する必要がある。

- ・ 継続できる人材育成
- ・ 情報発信者（道の駅助役）
- ・ イベントや観光企画ができる人

④ 道の駅連携体制

本利活用システムを導入した結果は、その道の駅だけに留まることなく、近隣の道の駅、全国の道の駅に横展開して共有され、そうした連携の中でより有効なシステムとすることが重要で、そのためには、将来的に、組織的にそれを推進する体制整備も必要である。

こうしたことにより、本利活用モデルが、道の駅、その利用者及びその地域のいずれにとっても役立つシステムとして社会的に認知されると同時に、道の駅のブランドイメージの向上にも繋がるものと考えられる。

- ・ 成功例を横展開できる道の駅の連携

ITS愛知 NEWS

No.44



発行：平成21年12月 愛知県 ITS 推進協議会事務局 名古屋市中区三の丸三丁目1番2号
 TEL：(052)961-2111(代表) (052)954-6125(ダイヤルイン) FAX：(052)961-3248
 E-mail：kj-san1@pref.aichi.lg.jp URL：http://www.pref.aichi.jp/kotsu/ITS

〈掲載内容〉

・第50回会員セミナー..... 1

「モバイルオフィスの利活用に関するセミナー」(第50回会員セミナー)の概要

1 日 時 平成21年11月6日(金) 13:00~16:00

2 場 所 名古屋ガーデンパレス 3階 葵の間

3 内 容

(1)講演1 「モバイルオフィスを取り巻く現状について」

講 師 ピーム計画設計株式会社

統括課長 福森 重純 氏

(2)講演2 「ICTによる『道の駅』の活性化について」

講 師 伊藤忠商事株式会社

未知倶楽部室長 賦勺 尚樹 氏

(3)パネルディスカッション

「道の駅におけるモバイルオフィス」

○コーディネーター

株式会社デンソー ITS 開発部技術企画室

主幹 小野 恒夫 氏

○パネリスト

道の駅「田原めつくんはうす」

前駅長 長神 隆士 氏

道の駅「加子母ゆうらく館」

駅長 安藤 直樹 氏

道の駅「土岐美濃焼街道」

駅長 丹羽 正孝 氏

伊藤忠商事株式会社

未知倶楽部室長 賦勺 尚樹 氏

株式会社エイ・ワークス

代表取締役 赤崎まき子 氏

東海総合通信局無線通信部陸上課

上席電波検査官 石田 敦敬 氏



〈講演1〉「モバイルオフィスを取り巻く現状について」

ピーム計画設計株式会社 統括課長

福 森 重 純 氏

今年度、総務省東海総合通信局において「車内におけるモバイルオフィスの高度化に関する調査検討会」が開催されており、私どもはその事務局を受託しています。そこでの意見の一部をご案内することで、モバイルオフィスを取り巻く環境についてのご報告とさせていただきます。

車内におけるモバイルオフィスとは、「車内においてワイヤレスブロードバンドを活用するビジネスシーンのこと」です。従って、社用車内で受発注業務を行うだけでなく、例えばフォークリフトを使って倉庫の効率的な在庫管理をする、シンククライアント化されたカーナビにネットワーク経由で最新情報を送り込む、あるいは逆に、車に積んだセンサーからの情報を吸い上げるといったこともすべて含んでいます。

モバイルオフィスの発展には、ワイヤレスブロードバンド環境とネットワーク技術が不可欠ですが、ワイヤレスブロードバンドの注目すべき技術として、WiMAXと携帯電話があります。WiMAXには地域WiMAXと全国WiMAXという二つの流れがあり、全国WiMAXはUQコミュニケーションズがサービス展開を始めています。また、UQコミュニケーションズのプラットフォームを使って、ビックカメラやヤマダデンキ、KDDI、niftyなどがMVNOとしてメニューを提供し始めており、条件さえ良ければ下り16Mbps、上り3Mbpsでの通信が可能だといわれています。

一方、地域WiMAXは各市町村を免許単位とするもので、主にCATV事業者がオペレータとなり、免許を保有する40社前後がサービスの展開・実施に関する実験業務を行っているところです。地域WiMAXについては各市町村で全エリアを、全国WiMAXについては世帯の90%目標を達成すべく、基地局の配置が終わろうとしているので、間もなくこれらを使った高速通信ができるようになると思います。

携帯電話は、3世代、3.5世代で既にデジタルデータ通信ができますが、各事業者とも20Mbpsの通信ができるようになるといわれる3.9世代について、早いところでは2010年7月に運用開始、遅いところでも2011年12月にはサービスを開始する予定です。

モバイルオフィスに利用可能なワイヤレスブロードバンドとして、携帯電話、WiMAX、広帯域無線LANという三つの通信技術が既に存在し、基地局の整備が大変な勢いで進んでいます。そのいずれもが、2Mbps程度であれば現段階においても利用でき、2～3年後には、20Mbps、40Mbpsというスピードが、地下街や山間部を除く至るところで利用可能になるとされています。

次にネットワーク技術ですが、現在のIPv4が今後IPv6に移行すると、ゲーム機、ラップトップ、ネットブックだけでなく、カーテン、冷蔵庫、監視カメラ、子供のランドセルなどがすべてネットワーク環境に接続できるようになります。そうすると、会社に居ながらにして自宅の電気を消点灯したり、いつでも子供の居場所が分かたりするようになります。こういったものが、ここ数年でどんどん始まってくると思います。

さらに、一つの機械で携帯電話、WiMAX、広帯域無線LANのいずれにもつながるモバイルルータが、年内には発表される予定です。これを使えば、家の内外を問わず10Mbps、20Mbpsという速度で通信が利用できるようになります。

シンクライアントの導入も始まります。これは、計算装置やデータをパソコン外部のデータセンターに入れておき、ネットワーク接続によってパソコンとして使うことが

できるといえるものです。クライアント技術の一つであるSaaS（Software as a Service）は、さらにアプリケーションソフトまでもデータセンターの中に入れてしまいます。

このような中で、モバイルオフィスの先行事例も出てきています。例えば総合警備保障では、基幹サーバが異常を察知すると、モバイルサーバを使って現場に一番近い車のカーナビゲーションに現場までの最短ルートが示され、現場到達時間が5分短縮されたと聞いています。そのほかにも、例えば佐川急便における新型携帯端末を活用した宅配サービスの向上など、モバイルオフィスはさまざまな場所で既に活用されています。

先月開催された国際自動車通信技術展では、WiMAX通信回路を内蔵したナビゲーションシステムが展示され、カーナビのシンクライアント化が進む、あるいはBluetooth接続によるカーナビへのパケット通信サービスを210円の追加で2010年1月から提供するという話も出ていました。そうすると、カーナビがパソコンになってしまうのではないかと思いますし、これがどんどん発達していけば、車のブローブ情報を吸い上げて利用するプロバイダや、逆にカーナビゲーションに情報発信するところが出てきてもおかしくないと感じています。

「車内におけるモバイルオフィスの高度化に関する調査検討会」では、①職員が外部に居ながら事務所内サーバにアクセスして住民票を発行するなどの公的分野におけるモバイルオフィス、②カーナビゲーションに情報をアップすることでたくさんの方に道の駅を利用しに来ていただくなどの集客地におけるモバイルオフィス、③イベントにモバイルオフィスを持ち込むことによってインターネットを使った情報発信ができるようになるイベントにおけるモバイルオフィスという三つのパターンで検討が始まっています。

モバイルオフィスに関しては、ブロードバンド、ネットワーク、ネットワーク関連の端末技術がそれぞれ成熟しつつあり、今後の課題は、誰がこれを有機的に結び付けるか、誰がそれを導入するかということです。10兆円規模ともいわれるモバイルオフィスの市場を、自動車産業をはじめとしたものづくりの活発なこの地域から、ぜひ作り出していきたいと思っています。



〈講演2〉ICTによる「道の駅」の活性化について

伊藤忠商事株式会社 未知倶楽部室長

賦 勺 尚 樹 氏

伊藤忠商事の自動車部門に属する未知倶楽部室は、IT

やITSという観点よりも、どちらかというと「道の駅」を通して、そこで何が行われ、そこにかかわる人たちがどのようにして地域を発展させていくかというところを見続けている組織体です。

総合商社である伊藤忠がなぜ「道の駅」なのかというと、車を作ってもなかなか売れていないという現実がある中で、従来のように物理的な存在としての車両をどのように売るかよりも、どういうカーライフを提言していくべきかを考えなければいけない。車を運転する本来の喜びは、車というメカを動かすことよりも、車で訪れた地域の人と触れ合ったり、素晴らしい食文化を知ったりするところにある。道の駅には素晴らしいコンテンツが集約されていると感じたからです。

質を高めていくという趣旨に賛同する道の駅であれば、どこでも未知倶楽部に登録することができます。現在、全国に917ある道の駅のうち319が登録してくださっており、未知倶楽部を通じた情報発信や道の駅同士の交流を通じて、経営を高めることを目的としています。個人会員には、道の駅を利用する人や地域で道の駅を支える人が無料で登録できます。登録会員向けに毎週メルマガを配信し、道の駅には未知倶楽部通信という形で別便を2週間に1回送っているほか、319の道の駅に対するアンケート調査を実施し、その分析から将来的な方向付けの提言まで含めてさせていただいています。

未知倶楽部の活動内容は、地域資源の発掘、ブランディングと、地域ドライブの推進です。「道の駅」は国土交通省道路局が商標登録しているブランドですが、残念ながら各市町村がばらばらに運営しているために、それぞれ訴求する世界が異なっています。そのばらばら感をソフトの面で改善していきたい、それがブランディングに努めているということです。また、われわれ車を売る人間としては、道の駅からの情報発信が結果的に地域ドライブを促進させ、それによって車が1台でも多く売れることを心掛けたいわけです。

現状、設置責任者である市町村の財政が逼迫する中で、道の駅には公共サービスを維持しつつも、収益面では自立する姿勢が求められています。また、ここ数年、さまざまな媒体で道の駅が取り上げられているのは、地域志向の都市生活者が増えたことや、皆が食の安全・安心に不信感を持ちだし、物を買うなら生産者に近いところで買った方がいいということで、道の駅が注目されているからです。そのことを背景とした利用者の変化も見逃ごせません。こういった経営環境や利用者像の変化により、道の駅側も変化しています。道の駅という施設の中で売上や利益を上げるだけでなく、周辺の施設や商店にも利益を還元できるようにコンシェルジュ機能を充実させ、道の駅同士が助け合うことによってお互いに繁栄していくことが必要です。公共

サービスという観点をきちんと守りながら経営を考え、連合・連携化を図っていく道の駅は最終的に勝ち組になり、逆に負け組も現実に出ています。

道の駅を活性化する上での課題として、まず、設置責任者である市町村は、道の駅は何のために存在している、どういう役割を演じなければならないのかということを明示していく必要があると考えています。二つ目は、道の駅ブランドの構築です。ある道の駅では質が高くて料金的にも良い野菜を提供している、隣の道の駅の野菜は質が悪くて値段も高めであれば、道の駅全体としては利用者の期待を裏切ることになります。このように、道の駅全体で考えていかないとブランドの構築というのは難しいと思っています。三つ目は、情報発信の拡充です。道の駅でも一生懸命情報の発信をされていますが、全国レベルで言うともまだ無名な地域を売っていくには、自分たちがどういう情報を持っているかを整理し、どういう形で訴求していくのかという方法論を、今後も考え続けていかなければいけないと思っています。

最後に、モバイルオフィスなど高度な情報が供給されるようになったときに、道の駅はどう変容していくのでしょうか。まず、高質な情報が提供できるようになります。正確な道路情報、交通規制の情報を提供する一方で、天気予報や天気の現況なども出していくことが、高容量な世界になれば非常に効率的にできるようになっていくのではないかと考えています。また、ある時間単位で起こっていることがリアルタイムにどんどん情報提供できるようになります。道の駅の近くへ行ったら、今日は大根が安いとか、こういうイベントを急にやることにしたという情報がポップで出てくると、将来的には面白いことができるのではないかと考えています。さらに、近距離情報の提供も可能になります。何となくここへ行きたいという程度であればウェブサイトの中の静的な情報でいいのですが、近づいていくに連れて本当にそこへ行くか悩みが出てきたときには行った方がいいと思わせる情報、数キロ圏内に入ったら確実に来ていただける情報が必要です。この一連のことが利用者に習慣づけられると、道の駅に近づくとか何か面白いことが起こりそうだという、情報という意味においてのスリルが生まれるのではないかと。このように層によって異なった情報の提供がどんどんできるようになるのではないかと考えています。

今後、協議会の皆さんがお持ちの技術面とどう融合させていけば、今申し上げたような世界が実現するか、大変興味を持っている次第です。

主幹 小野 恒夫 氏

○パネリスト

道の駅「田原めっくんはうす」 前駅長 長神 隆士 氏

道の駅「加子母ゆうらく館」 駅長 安藤 直樹 氏

道の駅「土岐美濃焼街道」 駅長 丹羽 正孝 氏

伊藤忠商事株式会社 未知倶楽部室長 賦勺 尚樹 氏

株式会社エイ・ワークス 代表取締役 赤崎まき子 氏

東海総合通信局無線通信部陸上課

上席電波検査官 石田 敦敬 氏



小野恒夫氏

ん。今日は、道の駅の方とITSにかかわる方の発言がどうぶつかるのか、あるいは擦れ違ふのかというあたりを見ていただければと思います。



長 神 隆 士 氏

ナーも好評です。開駅当初は「道の駅」という制度自体があまり知られていませんでしたが、今では道の駅の数も増え、大変喜んでいます。これからも良い商品、良い店、良い人柄を目指して、新駅長とともに取り組んでいきたいと思っています。



安藤直樹氏

きつかけが増え、少しずつにぎわいが出ています。

加子母には元来よそから来た人を受け入れる文化があることから、そういった人たちと共同しながら地域を宣伝して、道の駅を盛り上げていく活動に取り組んでいます。物を売る以外に、地域の細かい情報も提供していき、さらに道の駅に近づいてきた車にリアルタイムな情報が伝わるようになれば、それがいろいろな良いきっかけになると思います。



丹羽正孝氏

私はよく車で遠出するのですが、走行中は本当に孤立していて、渋滞情報や通行止め情報ぐらいしか入ってきません。もし走っている町々の旬な情報が聞けたら立ち寄ってみたいですし、その時間がなくても、少なくともドライブが楽しくなると思っています。



赤崎 まき子 氏

光情報や広告コンテンツを車載機に
プッシュするといった実証実験をしており、これは本日の
テーマそのものだと考えています。

産業観光のテーマでも、多くのコンテンツを制作してきました。今日は産業観光の立場からも、道の駅の情報発信がどうなったら地域とユーザーが嬉しいかを、皆さんと一緒に考えていけたらと思っています。



石田敦敬氏

と、いざお使いいただくとしたときに膨大な費用がかかってしまうとか、技術的には可能だけれども利用者のニーズに合っていないかったり、或いは制度的な問題などで、なかなか実用化に繋がりにくい面も多々あったと自戒しています。

本日は、皆さまのニーズをお聞きして、今後の検討の参考にさせていただきたいと思っています。

(小野) 道の駅は大変楽しいところだと思うのですが、それを多くの人にもっと知ってもらい、あるいは来てもらうには、何をしていく必要があると思われますか。

(丹羽) 今、旅の仕方が「見る」から「知る」に変わっています。域外から来た人が知りたいのは、地域の方たちのありのままの様子や、地域では当たり前だからといって見過ごされているものだと思います。どんぶり会館で窯元巡りや地域の飲食店紹介マップを作っているのも、最終的には、地域の名人や達人、地域の方々や店主と会話をいただくところへ誘導したいからです。

今、パンフレットには情報が氾濫していますが、今後は、誰が公平性を持ってその地域をお勧めしているのかという部分も付加していかないと、利用者の方には喜んでいただけないと思っています。一方的な情報発信ではなく、外の情報も地域に下ろして、情報が集積する道の駅づくりを目指しています。

(安藤) 少ないスタッフでやっている道の駅にとって、情報を発信するのは大変なことです。でも、いったん発信すると、「道の駅」というキーワードで検索される方は多いので、道の駅に対する関心は高いと感じていますし、地域の方が軽トラに乗りながら道の駅からの情報を得られれば、お客さまと生産者の結び付きがもっと活発になると思います。

田舎の野菜を扱う道の駅のメインターゲットは40～60代の女性ですが、若い方々にも地域の魅力を知っていただき、そういった人たちは情報を検索するのが上手なので、もう一歩先の体験まで持っていけるような発信ができないかと思っています。

(長神) 地域の人へは市のスピーカーなどを通じて情報が流されますが、観光客など非居住者への情報伝達が不足しています。特に災害時の情報提供を非居住者に対してどういう形でしていくかが、道の駅にとっての今後の課題だと思います。

(小野) 道の駅の方から、今後の課題やこうありたいというお話をいただきました。賦勾さん、こういう投げかけに対して、解決策等を含めてコメントいただけますか。

(賦勾) 長神さんのおっしゃった緊急時の情報をどう出すかについては、技術論だけの問題で、解決は可能ではないかと思っています。

それから、丹羽さんのおっしゃるように、情報とは、地域のありのままを見せ、地域の名人や達人を通じて、自分が欲しいものを探し出していただくためのものなのです。それは本来入り口で、一般の人にはそれ以上の情報を自分の力で取りにいきたいと思っているのですが、日本は情報の編集の仕方がばらばらで整備できていないから、いくらそ

の上にお金や知恵を加えて面白くしよう、売れるようにしようとしても、結局は続かないという本質的な命題を突き付けられたように思いました。

安藤さんからは、利用者や地域の人たちなど、すべてのステークホルダーが共通のプラットフォームに置かれ、ある情報を出したらちゃんと皆に響く形にすることが必要ではないかという興味深い問題提起がなされました。

お三方とも情報がどうあるべきかを述べられていて、あとは技術の皆さんがそれにどう対応されるのかということと、まさにきれいに整理されていると思いました。

(小野) 赤崎さん、地域とのつながりに絡めてコメントをいただけますか。

(赤崎) ベースには防災・緊急系の情報が必要で、その上に、楽しいワクワクする情報が欲しいですね。21世紀の観光はすごくパーソナルになっていて、携帯電話文化が浸透したので計画なしに出掛けられてしまう、移動中のクルマに道の駅の情報がきちんと入ってくるということにモバイルオフィスの考え方の一つの価値があると思います。

ただ、情報だけでも駄目で、道の駅は地域の交流と経済活性化の拠点であってほしいと思うのです。そこで地域固有の文化やものづくりとのつながりを知ることができたら楽しいし、今どこで何が体験できるかなどのリアルタイムな情報、地域の人の表情や温かきが見える情報、さらにはビジター参加型で情報が流通する仕組みがあったら、非常に嬉しいはずだと思います。

(小野) そのようなニーズを実現するために、ICTをどう使っていけばいいのでしょうか。

(石田) 皆さんが言われたことは、技術的には全部できると思いますが、それをどんな形でやるかということになると、いろいろ難しい問題が出てきます。一つは、情報発信に手間がかかるということです。システムを作る段階から技術屋と使う人とが綿密なコミュニケーションを取り、手間のかからないシステムを作る必要があります。既存のシステムがあるならば、それに少し手を加えて何かやるということも、費用的な面では一つの方法だと思います。

(賦勾) 重要なポイントは、高度化した通信網を使ってどういう情報を提供していくかです。地域経済の活性化だけでなく、日本全体を豊かにするにはどうすべきかという議論が先になければいけませんし、赤崎さんがおっしゃった緊急時の上にわくわく感という、その上の付加価値的なところにどれだけ面白い現実的な世界を作れるかが、その下の基盤を作っていくのだと思っています。

(小野) ややもすると技術論が先に出てきがちな ITS の業界の中で、道の駅という場面でシステムを作っていこうとすると、技術論以前に考えることがたくさんあるのだというあたりを、あらためてお話しただけだか感じています。



このあたりで、会場からのご質問やコメントをいただければと思います。

(フロア) アメリカのAAAのツアーブックはフォーマットが決まっています。どこのページを開いても同じトーンで読めますし、町の名前、人口、産業、歴史などに加えてレストランやホテルの紹介もあるので、その町で活動するときの参考になります。先に決めるべきことは情報発信をどうするかであって、どんな手段でやるかはその後のことだというご意見に、強く賛成します。

SNSには、恣意的に作った情報ではなく、地元でその情報を発信しても何のメリットもない人たちが素の意見を書いていらっしゃいます。道の駅の役割として、そこに行かなくては得られないような情報を集約しておくことによって、利用のされ方がさらに広がるのではないかという気がしました。

(賦勾) 統一フォームにすると個性がなくなるという議論がよくありますが、フォームが同じだからその内容を比べることができ、パンフレットをぱっと見て自分の欲しいものを選べるのです。

われわれもSNSを持っていますが、メンバーの方々が全国の情報を寄せてくださり、プラス、コミュニティをどんどん作って行くわけです。そういうものを構築していく過程を大切にしながら、そこでの情報の活用の仕方を考えていきたいということで、未知倶楽部で前面に出しているのは、市町村からではなく道の駅の駅長さんからの情報です。今のご意見には100%賛同どころか、未知倶楽部はその活動をまさにさせていただいているといえます。

(丹羽) どんぶり会館に初めて来られた方が何も買われなくても、丁寧な受け答えなり施設に満足していただければ、その方はまた次には5人のお客さまを連れてきてくれま

す。その場の金もうけではなく、後日また来ていただくことが大切です。

道の駅におけるモバイルオフィスの課題は、一つはリアルタイムでアップデートする作業の費用です。ただ、これはクリアできると思います。もう一つは、情報の公平性です。道の駅の利害を外して、まずは地域紹介に徹してスタートを切らなければいけないのではないかと考えています。(小野) なかなか結論に届いてはいませんが、道の駅からも情報発信したいというニーズがあることがご確認いただけたのではないかと思います。この場を出発点に、今後、道の駅とITSという二つの世界が一緒になって一つのソリューションを作っていくように、活動が広がり、深まっていくことを期待して、本日のディスカッションを終わらせていただきたいと思います。

最後に、本日はモバイルオフィス調査検討会の座長である名古屋大学の森川先生が出席されていますので、コメントをいただきたいと思います。

(森川) ここ数年、道の駅が魅力を増して皆さんが立ち寄るようになったのは、それぞれの個性を出し、民間の考え方を生かしていかれたからでしょう。道の駅を活用した地域の活性化、特に情報という面で考えると、出す情報をより自由なものにしていただきたいと思います。

最近、公的などろや雑誌等から出される情報が急速に魅力を失い、ネットを通じた、利害関係なく皆さんが勝手に書き込む情報が注目されています。道の駅には、ぜひそうした地域のポータルサイト役を担っていただきたいと思います。

その地域に行くときには道の駅のポータルを見れば一番いい情報が得られますよということを全国的に発信できる未知倶楽部、ブロードバンド化によって道路上で得られる情報、そして道の駅がウェブ上でもリアルでもポータルサイトになっているという構造で、さらに道の駅に止まればそこにホットスポットのようなものがあって、将来的にはそれがナビと連携して、ナビに目的地情報が落ちて案内までしてくれる。そういう近未来的な姿も思い浮かんできたかなという気がしました。

車での旅行は道中が非常にフレキシブルです。今日のお話を聞いていて、いかに道の駅でつかまえ、そこで情報を与えるかという取り組みの重要性を感じました。集客施設におけるモバイルオフィスについて、たくさんヒントが得られてうれしく思いました。

事務局からのお礼

「あいち ITS ワールド2009」は、会員の皆様のご支援、ご協力により、無事に幕を閉じることができました。心から感謝申し上げます。