

第2回GPSを利用した観光行動の調査分析に関するワーキンググループ 議事概要

開催日時：平成26年1月30日（木） 10：00～11：45

場 所：観光庁国際会議室

出席者：

<委員>

相原 健郎 国立情報学研究所 コンテンツ科学研究系 准教授
清水 哲夫 首都大学東京大学院都市環境科学研究科 教授
加藤 史子 (株)リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター 主席研究員
(センター長 沢登次彦 代理)
神尾 文彦 (株)野村総合研究所 社会システムコンサルティング部 部長
河村 清孝 (株)ゼンリンデータコム ネットサービス本部
WEB-GIS事業部 部長

(欠席)

岡本 直久 筑波大学大学院 システム情報工学研究科 准教授

<オブザーバー>

内閣府消費者庁消費者制度課個人情報保護推進室
総務省情報通信国際戦略局情報通信政策課
総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課
経済産業省商務情報政策局情報経済課
経済産業省商務情報政策局サービス政策課
国土交通省総合政策局情報政策課
国土交通省観光庁観光戦略課調査室

福島県 観光交流局 観光交流課
静岡県 文化・観光部 観光・空港振興局 観光政策課
北海道富良野市 商工観光室
新潟県湯沢町 産業観光課
山梨県北杜市 産業観光部
徳島県三好市 産業観光部
長崎県佐世保市 観光物産振興局

1. 開会挨拶

2. 委員紹介

3. 議事

(1) 第1回ワーキンググループの議事概要について

(2) GPSを利用した調査の進捗状況について

◎委員からの意見

- ・ 今回の事業では、これまで勘や経験則に基づいて実施していた観光への取組を、データを分析し、それに基づいて施策を打っていくというようなサイクルを作っていくことができれば良い。
- ・ ビジネス客について言えば、たとえば札幌のように、ビジネスを目的で来訪しても、ほんの短時間の観光をするという形態が見られる都市もある。このような多様な観光行動を精密に調査していくためにはどうしていくか、今後も議論が必要かもしれない。
- ・ OTAの宿泊履歴とのデータフュージョンを行い、ビジネス客を排除するというやり方もあるかもしれない。ビジネス客を100%排除することは無理。調査・分析の目的が地域の活性化であれば、精度についてはある程度の割り切りが必要と考える。精度は80点でも、その分析結果をどう打ち手につなげていくか、地域の目線を揃えるための一つのツールとして、調査結果が活用されることに期待したい。
- ・ 分析の手法については、エリアの大きさの問題等の指摘があったが、帰省での動き等、季節別の流動をどう捉えるかというところにも着目したい。試行錯誤しながらではあるが、プライバシーにかかわる課題もクリアしていき、地域でも活用してもらえる調査・分析となるよう期待したい。

(3) ICTを利用した観光振興について

- ①「観光ビッグデータへの考察」株式会社野村総合研究所ビッグデータ推進室長 増田有孝氏よりプレゼンテーション
- ②「Twitterデータを活用した観光振興」株式会社NTTデータソーシャルビジネス推進室課長 尾崎哲夫氏よりプレゼンテーション

◎委員からの意見

- ・ ICT全般の活用には可能性を感じている。観光でもITを活用してきたが、今までは発地のメディアであった。旅行中、着地でも活用することで、地域振興につながることを期待している。しかし、地域振興との関わりで、自治体からアプリを作りたいという相談を受けるが、必死で止めているところ。
- ・ アプリは使用頻度が鍵だが、旅行で同じ地域を再訪するのは、多くても2年間で4回程度でし

かない。スマートデバイス＝アプリという発想が広まっているが、むしろ、スマートフォンに対応したWEBページを用意するというように、情報を最適化するほうが重要。

- ・個別にアプリを用意するよりも、旅行先で検索して情報がヒットするようにするほうが、ユーザーには重宝されるだろう。ICTを活用する場合に何を目的にするのか、アプリを作るということ自体とは分けて考えていきたい。
- ・SNSでの情報発信も重要。また、現地でどのような検索ワードが使われているか、どんなページが見られているのかを分析していくことも大切だろう。
- ・アプリの賞味期限は短い。アプリは消費財となっており、継続的に使われるものは少ない。ユーザーにとってのメリットを踏まえて設計していくことが求められる。標準化、オープンな仕組みで、地域間で連携できる仕組みができていけば良いと思う。また、データを連携し、共有していくことで生まれる価値、有効性もあるだろう。
- ・差別化、「私のために」というところがキーになっていく。日本人の8割は旅行好きなので、旅行に関する情報提供のニーズはある。たとえば、各地を横断する形でバリアフリーに特化した情報を提供するアプリは成功する可能性が高いと思う。
- ・GPS、また、SNSのデータのデータフュージョンにより、問題を解決していこうということは理解できるが、それぞれ違いもある。位置情報はあればあるほど有用であり、信頼できる統計情報となり、そこにSNSのデータから得られる属性をオンしていくことにメリットがあると思う。逆に、SNSには、あっても仕方のない誤情報やゴミ情報がある。SNSのデータから、特徴となるものを掴み、細かいニーズを把握したり、外国人の動向を捉えるなど、きめの細かいサービスをどこまでできるかがポイントだろう。分析のコストと利便性のバランスが合えば、色々な展開ができるのではないか。
- ・偶然、発見、出会いというものをもっと観光は大事にしても良いのではないか。昔は旅行に行きたいなと思ったら、雑誌をめくって、行きたいところを発見していた。旅行先を検索して行きたいところを見つけようとするのが今の主流であり、知名度のあるところが勝ち、知名度のないところは負ける流れになっている。ユーザーにとっても、出てきた有名観光地しか行けず、行っても余り楽しくなく、最終的に旅に出なくなってしまう、という状況になってしまっている。このような二極化をどう解決していくか。
- ・地域の人材、知恵を掘り起こして、それらとの交流、接点を掴むために、ITやアプリを活用できれば理想的。データ分析の視点からは、実態を把握するために、そういった地域の知恵といったものを含め、重ね合わせるものを増やしていき、その結果、地域に貢献していくことができれば良い。

以上