

第5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6月13日（金） 13：00～14：30

場 所：中央合同庁舎2号館1階国土交通省共用会議室3B

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
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
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

<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. 議題

(1) 第4回ワーキンググループの議事概要について

観光庁事務局より資料説明

(2) 位置情報等を活用した観光行動の調査・分析の方向性について

観光庁事務局より資料説明

◎委員からの意見

- ・「分析にあたって」での用語についてであるが、「マクロ」という言葉はオーバーオールな傾向を見ることができ、また、「ミクロ」は個別詳細な事例が見られるという印象を与えてしまうことを危惧する。入込や滞在時間等の地域に対するデータを「マクロ分析」で、地域に入ってきてからどう動いているかを「ミクロ分析」と呼んでいるが、少し言葉を変えた方が良いのではないかと思う。
- ・例えばミクロ分析を「地域内周遊滞在分析」というような言葉に言い換えてしまうのが一つの案、現在のマクロ分析・ミクロ分析という言葉を残しつつ、その意味するところが分かるように簡単な補足説明を付けるようにしておくのがもう一つの案だろう。
- ・説明を具体的に付けておいて、入込とか滞在時間だけに目が行くのではなくて、外と中ということができちんと分析するということが端的に分かれれば良いと思う。
- ・外部分析、内部分析という言い方はあるだろう。ただ、平成25年度の分析の実例を参考2として添付するなかで、マクロ分析・ミクロ分析という用語を出しているので、平仄は合わせておく必要があるだろう。
- ・「方向性」の文章の中で全てを細かく示すのは困難であろうし、長大な文章を用意してしまうとハードルが上がってしまうので、こういったことに明るくない方々を門前払いすることのないようにしておきたい。なるべくこちらに入ってきてもらえるよう、敷居を下げておきたいと思う。定義については、あくまでも例であって、地域の実情に合わせてのスタンスで記載されていると思う。お気軽にお問合せください、といったことも入れておいても良いのかもしれない。各地域でやってみてください、という方向に持っていければ。

(3) 観光ビッグデータを活用した観光振興について（中間とりまとめ）
観光庁事務局より資料説明

◎委員からの意見

- ・ 観光ビッグデータの定義について、「観光行動を反映する」という意味で別添 1 の図には必ずしも行動だけに関わるものでないデータが入っている一方で、2 ページの定義においては、行動をベースにしたものとなっており、これはどちらの考えに立つのか、資料全体で整合したほうが良い。
- ・ 3. 1 の 3 項目目で、「効果測定する」ということをするとき、取るのがもっとも大変なデータが、政府や行政の取り組みや施策というものであり、最もデータ整理するのが難しい。こういう施策を打つと、こう変わるということが分かるためには、肝心の「どういうことをやったか」というデータを収集するのが難しく、それを収集するのもビッグデータの一つかと思う。そもそもどういう取組をしているのかということも、ビッグデータに含めるべきではないかと思う。
- ・ 3 ページに利活用が期待されるデータについて列挙されているが、順番を変えた方が良いのかな、と思う。行動から意識へという形の順番の方が、おさまりが良いと思う。その意味で、1. 2 における定義を見直すと、「観光客の観光行動及び行動に影響を与える周辺状況を含めた」大規模なデータということになるかと思う。
- ・ データの利用にあたって、個人情報及びプライバシーへの配慮についての言及があるが、これについては誰も否定することのないところであるが、この配慮にあたっては、個人的には、受け身の姿勢と攻めの姿勢があると思う。受け身の姿勢というのは、簡単に言えば、配慮に配慮を重ねて、そろりそろりとやるというもの。一方で、攻めの姿勢というのは、消費者のメリットを明示して、明確でポジティブな同意を取ることが、方向性としてあるかと思う。観光は、人々が楽しみで、レジャーとして、人生の豊かさのためというジャンルであるので、もちろん、守りの姿勢というのは非常に重要であるが、ポジティブに同意を取りに行くということにおける可能性は、観光という領域で大きいものがある。
- ・ ポジティブな展望に立てば「データマネジメントプラットフォーム」(DMP) という言葉がある。もともと広告業界の言葉で「ネット上の様々なサーバーに蓄積されるビッグデータや各種サイトのログデータなどを、一元管理分析し、最終的に広告配信等のアクションプラットフォームの最適化を実現するためのアクションプランを実現するためのプラットフォーム」という定義がある。これは広い意味で考えることができ、「地域にとって活用できる観光データマネジメントプラットフォームの構築」を目指すこともできるのではないかと思う。観光地域にとっての DMP というのは、地域の関係者の誰もが、多くの知識を得ずとも、地域についてのデータを分析でき、結果をビジュアルに理解できるためのもの。分析にパワーを掛けるのではなくて、そこからの打ち手やアイデアの実行に人々のパワーが掛けられるというような環境整備づくりをやっていければと思う。
- ・ ビッグデータにはいくつかの構成要素があるなかで、今回は行動データや位置データに注目してきたところ。データ収集や、プライバシーの問題等もあるわけだが、既存のオープン

データ等、データ間の特性を見ながら、多様なデータをうまく組み合わせで見えてくるものもあるだろう。データ収集だけでなく、データの活用や組み合わせという観点も大きな方向性としてあるのではないか。

- ・この中間とりまとめは観光地域づくりに向けてであるので、広域でも地域でも官でも民でも観光を考えるとところがバラバラであったのが、データを示すことで、産学官民が一体となって戦略を考え、取組を推進していくための原動力になっていくということにも言及があれば。また、海外の事例も紹介していけるようなこともあれば良いと思う。
- ・地域自体の魅力の認識、自己評価という、観光地自身が本来取り組んでいかなければならない課題があると思う。その課題の解決を手助けするのがビッグデータであるという視点を盛り込めれば。活性化を図るためには、「地域自身の魅力や実力の把握をしたうえで」取組を行うという文言を入れることができれば良いと思う。

以 上