

石原委員会名簿

(敬称略)

No.	会社名	所属	氏名
1	藤田観光 株式会社		石原 直
2	帝京大学 経済学部 観光経営学科		鈴木 耀夫
3	成蹊大学名誉教授		飯田 善久
4	株式会社 八光		坂井 永一
5	M & M コンサルタンツ		松岡 道展
6	サーブホテルズ 株式会社	代表取締役	八木 豊
			石崎 貴之
7	日本ユニシス 株式会社		大西 修一
8	X M L ・ E D I コンサルタント		藤岡 慎弥
9	株式会社 トランスネット		中村 秀夫
10	株式会社 インテージ長野	代表取締役	西澤 清一
			加藤 崇
11	TIS 株式会社	サービス&コミュニケーション事業部 サービス第2部	筒井 正英
12	斉藤ホテル		斉藤 兵治
13	新日鉄ソリューションズ(株)	流通。サービスソリューション事業部	木村 克聡
			大川 哲志
14	トラベルポート・サービスズ・リミテッド	総括支配人 太平洋地区 営業・総務	清水 裕司
15	(社) 日本インバンド観光支援協会	会長	藤野 公孝
16	(財) 日本情報処理開発協会	電子情報利活用推進センター	郡司 哲也
			坂下 哲也
17	(財) 日本情報処理開発協会	次世代EDI推進協議会	菅又 久直
18	(株) キャスト	代表取締役	小笠原 達
19	小田急電鉄(株)	IT推進部	中村 之一
20	(株) ティーゲート	ニューツーリズム・コンサルティング	竹田 英樹
21	(株) リクルート	旅行カンパニー推進部 「じゃらん海外・インバウンド担当」	小田 沙織
			松本 寛子
22	(社) ジャパン・オンパク		鶴田浩一郎
23	(株) ツーリズムマーケティング研究所		井門 隆夫
24	イー・リョカン・サービス(株)	代表取締役	平原 英夫
25	(株) ジップス		妙木 正治

第1回 石原委員会(8月4日)議事録

開催日 平成22年8月4日 15:30~18:30

場所 ホテルサーブ 会議室

主席者(敬称略) 石原、鈴木、飯田、坂井、八木、松岡、大西、藤岡、
中村(秀)、西澤、筒井、藤野、郡司、小笠原

議題 A. 我が国の旅行関連業界の抱える課題

- ・ 経営課題 外資系ホテルの進出 / 所有と経営の分離が進む / 人材育成
- ・ 運営課題 変化する市場・商品 / 急増するアジアマーケット /
多様化する予約手段 / ネットへの対応

B. インバンド旅行の活性化のために整備すべき事項

- ・ 統一された案内表現 外国語による表現の統一/標準化
- ・ 我が国独自の旅館の特性と商品への理解 表現方法並びに情報発信の仕方
- ・ 国、地方自治体、企業の役割分担
- ・ 外国人旅行者への調査 何を求め、何を満足・不満足なのか?

議事録

1. 議題A. 「我が国の旅行関連業界の抱える課題」

議題B. 「インバンド旅行の活性化のために整備すべき事項」

に関して石原委員長より下記の課題提議がなされ議論を行った。

< 課題提起 >

中小企業が大半を占める観光産業にも、外資等の進出が進み「所有と経営の分離」が顕在化してきており又、今日のインターネットの発展は、大量な情報(コンテンツ)が国境・企業・消費者の枠を超へシームレスな情報流通を促進させ、市場及び商品の変化と購買(予約)の手段の多様化をもたらしたといえる。

このような経済環境下で、世界に誇れる「日本旅館の持つ伝統的なホスピタリティ」のクオリティを堅持し、並びに日本の地域固有な伝統的・文化的な情報を国際発信する事は急務であるが、

- ・ この役割を誰が担うべきか?
- ・ 観光係の情報内容(コンテンツ)とその質の問題等

が問われている。

これらの課題を解決して、「地域の再生」を図り「元気な日本」の国造りに貢献すべ

きではないか。

< 課題提起による討議内容 >

小笠原氏

- ・ 外国人を受け入れる準備及び日本語以外での情報発信を出来る宿が何処に存在するのか判らない？
- ・ 外国人受入に熱心な地域が判らない？
しかし、誰かがやらねばならないので、自社インバンド販売システムには外国語入力を自社にて行っている
- ・ 自社のサイトでは70ヶ国の外国人が見ている現状があり、又予約時にクレジット会社のオーソリを取り、安心な取引を実現している

藤野氏

- ・ 外国人受入で元気になった町としての例は高山がある。
- ・ 個人客の受入には現地への足の問題が大きく又クレーム問題への対応の課題があるが、これらへの取り組みに国の金も動き出した。

坂井氏

- ・ 旅行者にとっての地域観光情報とは何か？
- ・ 知りたい情報と知らせたい情報に乖離があるのでは？
- ・ 用語の統一が必要では
- ・ 宿泊事業者の自社サイトより、ネット事業者経由の予約のほうが多い

石原氏

- ・ 観光情報はB2C向けが大事ではある
- ・ 言葉の統一が必要では
- ・ 標準化は最小限とする方向性が良いのでは

八木氏

- ・ 予約の増加に繋がる観光情報のあり方を検討すべきではないか

西澤氏

- ・ 広域の観光情報を必要としている

藤岡氏

- ・ SNS, ブログ, Twitter 等の活用も考慮すべきでないか

松岡氏

- ・ B2B向けと、B2C向け情報とは必ずしもイコールではないので、どちらを優先と考えるか？

2. 次週は地域観光情報に関する検討を行う

3. 参加者の自己紹介を行った

以上

第2回 石原委員会（8月11日）議事録

開催日 平成22年8月11日 15:00～17:30

場所 ホテルサーブ 会議室

主席者(敬称略) 石原、鈴木、飯田、坂井、八木、松岡、大西、藤岡、
中村(秀)、西澤、加藤、小笠原、清水、中村(小田急)、
斉藤、石崎

議題 C.地域情報の発信

D.情報技術対応と多言語対応

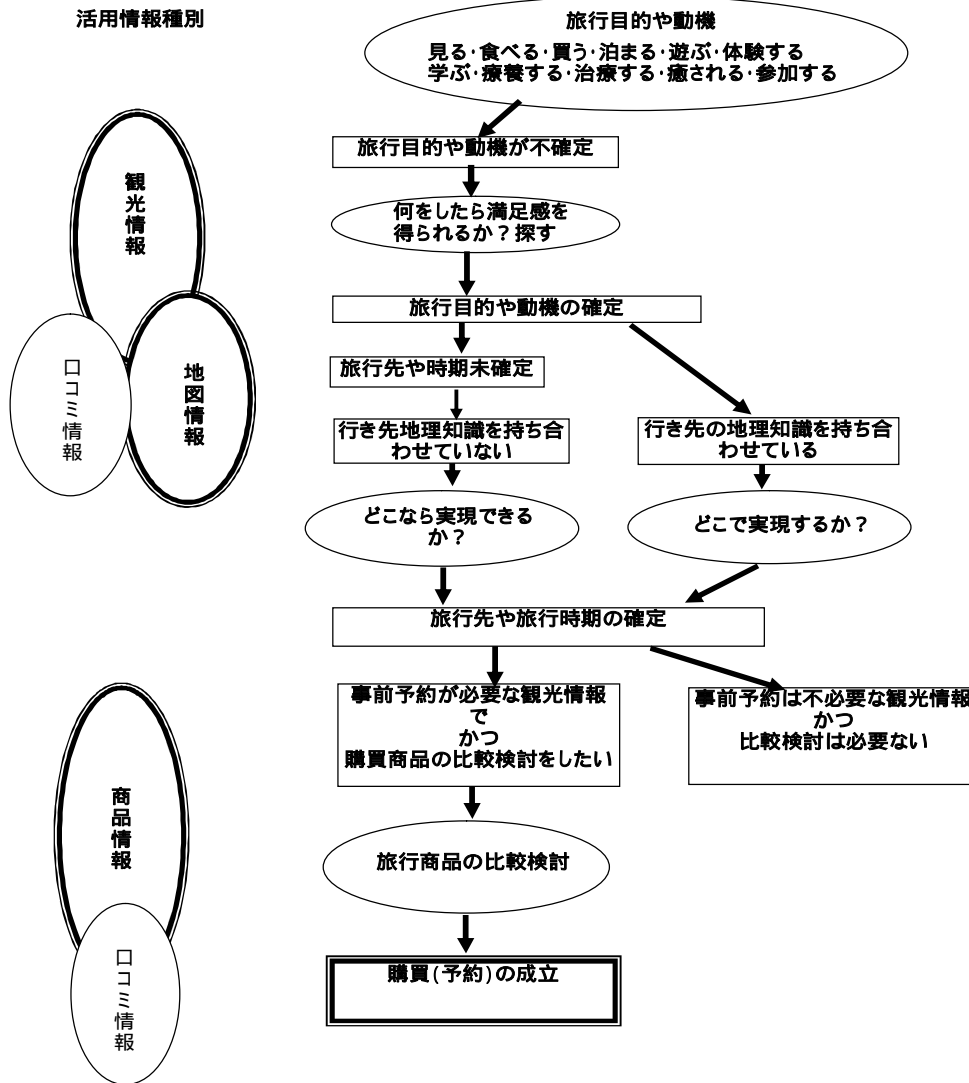
議事録

1. 議題C. 「地域情報の発信」に関して石原委員長より地域情報の発信に関して下記4点の課題の提議がなされた

現状の英語での地域情報は、ネイティブ性や適切な内容かは疑問である
情報の新鮮さを保つには、情報更新の難しさがあるのでは
現状の「地域情報」は情報を提供する狭小地区単位での構成となっており、地理感の無い外国人には適切では無いのでは
国際標準としてはどこまで遣るべきか？

これを受け、松岡氏より添付資料に基づき「観光情報」を利用する消費者の視点に立った、情報のあり方提起された

地理感の無い消費者へは旅行目的や動機性に基づく地域横断的な検索性が必要で、それを実現するためには<観光イベントのタイトル表現>を統一する必要があるのでは
地理感の無い外国人への情報提供は<地図情報との連動>が必要
日本に関する情報を持ち合わせない、又は動機の希薄な消費者に対しては、他の消費者の<口コミ情報>を提供する必要があるのでは
観光情報を提供するのみならず、消費者が選択した観光情報を満たす<観光商品へ連動>して予約まで行えるのが、購買の向上に繋がり消費者の利便性と満足性を与える基となる。また情報提供者にとっては、集客向上の実感にて情報更新の意欲も湧き、情報鮮度の維持に繋がるのでは



< 地域情報に関する討議 >

坂井氏

- ・ 現状の観光素材にはフィルターが掛かったものを消費者に見せている
- ・ 外国人が必要とする情報は日本人とは違いがあるので、情報は二次・三次加工を可能とする標準化が必要では

藤野氏

- ・ 仏国政府が行っているような、私企業「ミシェラン」とは違う施設評価情報が有ると良いのでは

飯田氏

- ・ 観光情報を WEB サイトに出しただけでは集客に繋がらないのでは、又行き先が決ま
っていない時には現行の「商品パンフ」に頼った方が便利であるのでは
- ・ 現状の GDS には高速バスの予約とか、鉄道の予約（一部レールパスは除く）がリン
クされていない

藤岡氏

- ・ 情報を出したい人が、自由に何でも発信できる必要があるのでは

石原氏

- ・ 観光情報は時代とともに変化し、例えば「道の駅」が話題になっているように
- ・ 旅行の動機には多様性があり、誰がどの様に発信するか。又発信チャンネルは無数に
在っても良いのか
- ・ 発信する仕組みの標準化は必要では

斉藤氏

- ・ デンマークが世界遺産を提唱し世界に発信したように、日本も「安全」とか「漫画・
アニメ等」のサブカルチャーをどんどん発信すべき

清水氏

- ・ B2B, B2C かよって情報はことなり、B2C 向けは自由に行える必要がある
- ・ GDS とのリンクには多大なイニシャルコストが懸かり、サプライヤーは費用対収益
の見込みが立たないのが現状である

鈴木氏

- ・ 観光情報と予約に係わる情報基盤が必要では

2. 次週は今週の積み残し議題「情報技術と多言語対応」および「国際協調と連携」に
関しての検討を行う

以上

第3回 石原委員会（8月18日）議事録

- 開催日：** 平成22年8月 18日 15:00～17:30
場所： ホテルサーフ 会議室
主席者：
(敬称略) 石原、鈴木、飯田、坂井、八木、松岡、大西、藤岡、
中村（秀）、小笠原、中村（小田急）、石崎、菅又、竹田、
藤野、妙木、平原
- 議題：** D. 情報技術対応と多言語対応
E. 国際協調と連携に対応に関して

議事録

議題 D. 情報技術対応と多言語対応に関して

藤岡氏と八木氏より下記の課題の提議がなされた。

< 藤岡氏の課題提議 >

現在話題の新技术である、クラウド・コンピューティングのセンターは米国にほぼ全て有り、日本としては国家安全上の問題意識を持つべきでは。また、世界一、広帯域で高速で低コストの日本のインターネット環境の利活用を推進する意味でも、観光業界から、高額なシステム投資をすることなく、バージョンアップサービスや拡張投資の心配もなく、わずかな利用料だけを支払うだけで済む、従来のデータセンターやASPサービスとは異なるクラウド・コンピューティングのSaaS, PaaS, HaaS, IaaSなどのサービスをTISやユニシスさんの協力を得て、日本に旅行情報共有基盤を構築すべきではないか。

iPadのタブレット・コンピュータもiPhoneなどのスマートフォン等の技術も米国に先行されている。しかし、すでに米国でもアンドロイド版のスマートフォンが市場占有率がすでに1位となっているが、日本でも11月ごろにはiPhoneより処理スピードの速くて安いスマートフォンやタブレットコンピュータも出てくる予定になっているので観光業界もそれに対応する必要がある。

情報の入力ツールとして、ホンダの依頼で開発した「PPT2XML」等の活用で、ナビゲーションデータや観光案内情報を簡単に粒度の小さなXMLデータに変換が行える要素技術が存在している。「Word2EPub」を活用すれば、観光情報のXML化や自動組版処理による観光ガイドの電子書籍も容易に作成できるようになってきている。又粒度の小さなデータがたまってきたら、より大きな粒度のDITA (Darwin Information Typing Architecture) の活用により大量の観光情報を

トピックベースで管理状態に置くことにより、ドキュメント製作の生産性と品質の向上に役立つと同時に、これから、携帯で必要な情報だけをキーワード検索で利用するユーザーが増えてくることにも容易に対応可能となる。

多言語対応に関しては「XTM Workbench」等の翻訳ツールが存在し、翻訳メモリー管理にてかつて行った翻訳の活用が可能とし翻訳の精度を上げている。このようなツールの活用で、インバウンド観光客の人数が増えてきた国から順に観光案内や観光情報発信の多言語展開が可能になってくる。

< 八木氏の課題提議 >

技術の進歩と旅行ビジネスの変革


J T R E C 石原委員会
発表者 八木 豊

これからのインターネット技術

- × Cloud computing に続いて
- × ASP ----- Application Service Provider
- × SaaS ----- Software as a Service
- × Grid computing ----- distributed computing
- × IaaS ----- Infrastructure as a Service
- × HaaS ----- Hardware as a Service

クラウド・コンピューティング

- × クラウド (Cloud = 雲) とは定義が明確でない「バズワード (buzz word)」である。
- × インターネットを表示する雲マークから呼ばれるようになったと言われる。
- × プライベート、パブリックを含むネットワークサービス全体のいみ



旅行ビジネスのIT変化ポイント

- × 宿泊施設・観光施設のコンピュータがサーバーとして情報発信
- × レジストリ又は検索システムの対応
- × 旅行業のビジネスモデルが変化
- × 新しいサービスの誕生



旅行サービスの今後の在り方

- ※ 手配能力を競っている時代は終わる
- ※ 新たな旅行動機の開発とサービス
 - + ランド・キャリア・T IのW inW in関係
- ※ 検索やレジストリに関する統一化の問題



上記プレゼン資料に基づき下記の課題提起が行われた

最新のクラウドコンピューティング技術により、旅行ビジネスの変革は加速されるであろうと予測される

その変革に対応する旅行サービスのある方も変えざるを得ず、手配能力のみで競う時代は終焉を迎える事になるのでは

その時代に備えて、消費者・旅行事業者・サプライヤにて共通使用に耐えるレジストリや検索に関する統一化が要求されるのでは

そのための標準化のあり方についての検討が必要ではないか

a. < 八木氏の課題提起に関する討議内容 >

竹田氏

- ・ 旅行業に於いては Face to Face の部分は残るが、大きく変わると考えられる。
- ・ また異業種からの参入が増えるのでは

平原氏

- ・ 現状の旅行マーケット動向は、口コミ情報であるブログやフリッカの消費者の意見

で旅行先を決める傾向が出ている。しかしこの情報の存在を当事者は知っていないのでは

- ・ 現在、イーリョカンのサイトではインバウンド旅行用として GDS のアバカスと接続しているが、日本のビジネスモデルが特殊で接続するのに苦労した
- ・ サプライヤサイドから見て、中間事業者に全く頼らないところが出てきており、増えている
- ・ GDS は西洋型のホテル向けであり、現在日本国内で流通しているのは大手旅行会社流であるので、新たなカテゴリーを作るのが良いのでは

八木氏

- ・ e-Bay の例があるように消費者の評価情報は必要である
- ・ また、携帯ゲームとのコラボレーションにて熱海が人気を取り戻した例があり、現在云われて観光情報だけでは不十分なのでは
- ・ 日本の旅館の商品も変わってきている

妙木氏

- ・ JTREC の目的は、旅行業における標準化の必要が在って活動していたと認識している。
- ・ 旅行業はそもそも価値の定量化をしにくい業種であるが、その中で口コミ情報のみに頼ったら価値の定量化をどの様にするのか
- ・ 口コミ専用サイト「食ログ」の様に、自分の好み合わせて喋り易いのが特徴で大事なことである。

菅又氏

- ・ スイス・ジュネーブの都市では、情報発信の手段として「定点カメラ」を活用し、今現在をビジュアルに 24 時間世界に向け発信し続けている。
- ・ 今回ジュネーブに 2 週間程滞在するが、この情報をみて観光したい所を決定する事が出来た
- ・ 旅行者の求める多種多様なニーズと個々人の違う価値観に対して最適な対応は何かを考える上で、今一度「旅行とは」何か？を哲学的に見直す必要が在るのではないか、その上で観光情報とは何かを考えると新たな切り口が出てくるのでは

松岡氏

- ・ サプライヤと消費者間の流通を捉えると、リアル大手旅行会社が持って実行していた<消費市場調査及びディストネーション開発と販売促進/企画・造成・仕入れ/手配・運営/販売>の各機能を分離し、その中の一部(手配・運営/販売や口コミ情報を活用した消費市場調査)の機能を自動化システムに置き換えて、異業種より新たなオンライントラベルとして起業しているのが実情である
- ・ この機能の中で、人間にしか出来ない<企画・造成・仕入れ>に関する機能を行う旅行業は依然として残ると考えられる

- ・ 地域情報発信とは、リアル大手旅行会社の〈ディストネーション開発と販売促進〉機能に当り、現状手法では十分に機能をせず、又消費者に満足感を与えていないと言える

坂井氏

- ・ 大規模旅館が消えた様に、サプライヤ並びに消費者はどんどん Long Tail 化して、中間事業者である旅行会社の位置付けも問われている

小笠原氏

- ・ インバウンド集客を目的としているのか、それともインバウンド情報標準化を目的としているのか
- ・ 情報の整理を分けて考えないと纏まらないのでは
- ・ 外国人の求めているものを応えられる様にすればよいのでは

石原氏

- ・ 国際標準を進めることを目標としている

藤野氏

- ・ 日本は国も企業も今までインバウンドを本気で考えてこなかった
- ・ 旅館事業者は泊食分離に乗って来れなかった様に危機感なかった。これが突詰めて来るとこれから変革するのでは

b. < 藤岡氏の課題提起に関する討議内容 >

八木氏

- ・ 自動翻訳を使用したときに、その翻訳内容は判読不能の経験をした。今回、辞書を活用する事で解消できるというのが、その辞書が膨大となって不可能ではないか

平原氏

- ・ かつて、某メーカーの仕事で中国市場での評価をブログから分析をする仕事のときに、辞書ソフトを作って自動翻訳を行った経験がある。
- ・ 韓国語は日本語と文法が同じなので、翻訳精度は99%程となるが、それ以外はかなり精度が落ちる

藤岡氏

- ・ 従来の機械翻訳と違い、翻訳メモリーの活用が既存の優れた翻訳データも再利用可能となり大きな効果をもたらす。
- ・ グーグルの翻訳サービスでも韓国のホームページの日本語への翻訳ではほぼ90%に近い翻訳が可能
- ・ グーグルの翻訳サービスを利用して多言語するためにも日本の観光関連のWebアクセシビリティを改善する必要がある。(イメージ多様の見栄えに拘ったり、フラッシュばかりを多用しているホームページは翻訳不可能)

議題 E 国際協調とその連携に関して

鈴木氏より下記の提議がなされた

インバウンド旅行活性化のための 国際活動

平成22年8月18日

NPO法人旅行電子商取引促進機構

鈴木作成

標準化活動とその活動場所

旅行関係では下記の場所で国際標準化活動が行われている。

1) UN/CEFACT Forum

TBG9 (Travel, Tourism and Leisure)

(UN/EDIFACT, IATA/EDIFACTの成果を引き継ぐ)

2) OTA (Open Travel Alliance)

3) AFACT 旅行WG

今後新たにアジア太平洋地域の国々と、下記の場所で議論することを計画したい。

AFACT: Asia Pacific Council for Trade Facilitation and Electronic Business の中の旅行WG

国際的なビジネスの展開

国際ビジネスの展開では、以下のような場の活用がある。

1) GDS (Global Distribution System) の活用

(世界の旅行会社対応)

Travelport (Galileo, Worldspan), Sabre, Amadeus

2) Online Agents

(世界の消費者対応)

Expedia, Travelocity, 他

3) 新たな動き

(世界の消費者対応のみか?)

Googleの進出

国又は地方公共団体等との連携

インバウンド旅行の活性化で世界的に試行や実証実験を行う時に事業の受託を図ることしたい。

1) 国の施策

経済産業省: 地域集客・交流産業活性化支援事業

関東経済産業局: (社)長野県情報サービス振興協会受託

宿泊施設対応のIT導入・WEB活用プロジェクト(進行中)

国土交通省: 今後の施策の中で

観光庁: 今後の施策の中で

農水省: グリーンツーリズム施策の中で

2) 地方公共団体

沖縄県、その他: 地域振興策の中で

3) 業界団体他

宿泊業界、旅行業界、経団連等: 業界の振興策の中で

< 鈴木氏の提起に関する討議内容 >

平原氏

- ・ OTA は GDS の流れと見るべきではないか
- ・ 日本は旅行会社独自の方式に引っ張られているのではないか
- ・ 世界からみて日本はガラパゴス状態ではないか

藤岡氏

- ・ かつて、JATA との TravelXML で標準化活動を行った時に、OTA は日本では使えないといわれた経験があり、日本は旅行会社独自の方式に引っ張られているのではないか。
- ・ 昨年 2 月に標準化したという OTA メッセージも活用した韓国の TravelbXML の

XML/EDI の動きにどの様に対応するのか

- ・ スマートフォンやタブレットコンピューターのような携帯端末のためのコンテンツを考えていく必要が在るのでは

今回の議論は途中で会議終了時間がきてしまい、次回引き続き議論を行うこととした。

以上

第4回 石原委員会（8月25日）議事録

開催日 平成22年8月25日 15:00~17:30

場所 ホテルサーブ 会議室

主席者(敬称略) 石原、鈴木、飯田、坂井、八木、松岡、大西、藤岡、
中村(秀)、小笠原、筒井、中村(小田急)、石崎、井門、
藤野、松本、小田、木村、山本

議題 E. 国際協調と連携の対応に関して(前回の続き)

F. まとめ

議事録

1. 議題 E. 国際協調と連携の対応に関しての鈴木氏の提議について、前回到引き続き
討議を行った

<討議内容>

藤岡氏

- ・ GDS との接続には費用がかかるとは何故なのか？

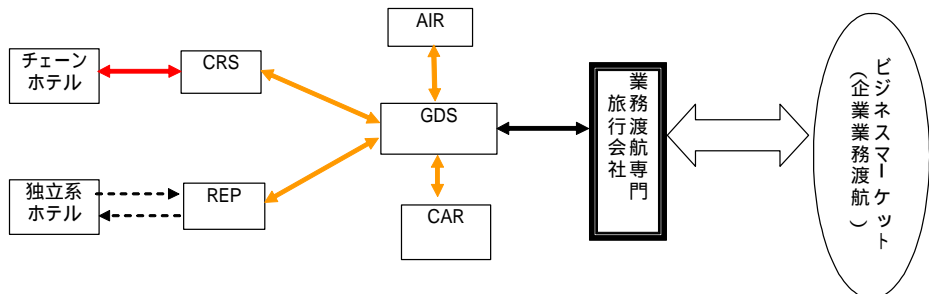
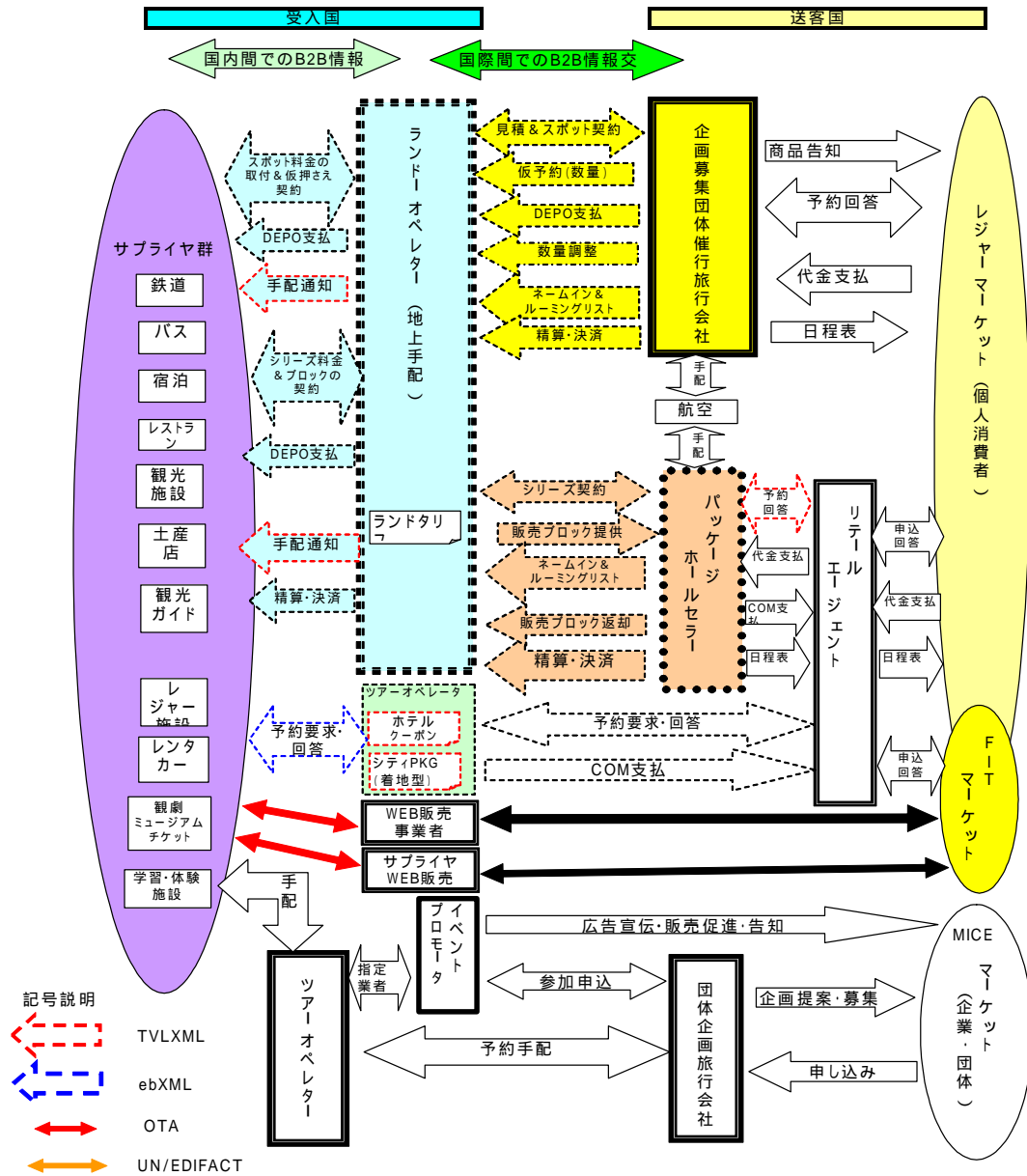
松岡氏

- ・ 旅行関連産業の取引実態を下図示したように、消費市場の旅行形態に対応して考える必要がある
- ・ GDS を流通チャネルとして活用している素材や商品の取引モデルの大部分は、FIT 及びビジネストラベルの市場であり、レジャートラベル市場でのツアーオペレータとサプライヤ(航空業界は除く)間の取引では、活用していないのが実情である。何故かといえばツアーオペレータとサプライヤ間の取引はグループ・ハンドリング(ブロック在庫取引)モデルで、航空業界を除いてはこの取引モデルに GDS が対応出来ていないからである。
- ・ 近年 Online Travel Agent が Dynamic Package 商品というブロック在庫を使用しない取引モデルを開発して、GDS 経由の取引を開始している
- ・ ヨーロッパやアメリカではレールヨーロッパとかアムトラックが GDS を活用しているが、これは国際列車を運行していた経緯で、早くから国際取引を行う必然性からである
- ・ また、日本の鉄道が GDS との接続に消極的なのは、現行の鉄道システムは PNR 情報を保有していない事による、予約と発券の取引業務をシステムが分離管理はできない。よって GDS の流通チャネルに乗せるには自社システムの PNR データを保有する改修と、取引モデルの変更に多大な費用が掛かるのが実情である

< 現在の旅行取引の概要図 >

インバウンド観光取引概要図

作成 100202 松岡



坂井氏

- ・ 足と宿のつながり（例えば、オーベルジュに行くなど）で考えてみると、ワン・サイトでは消費者への情報提供としては不十分である
- ・ Dynamic Package の商品化を容易にすることは、流通としては意義があると考ええる
- ・ 最近、そば屋を始めたが一事業者で情報発信しても、消費者に認知されるにはほど遠い状況であり、その点を考えても「地域観光情報」と「食」の密接な連携の必要性があると痛感した

石原氏

- ・ 諸外国では坂井氏が云うような、「地域情報」に「地場事業者情報」が連携している例が既に存在する

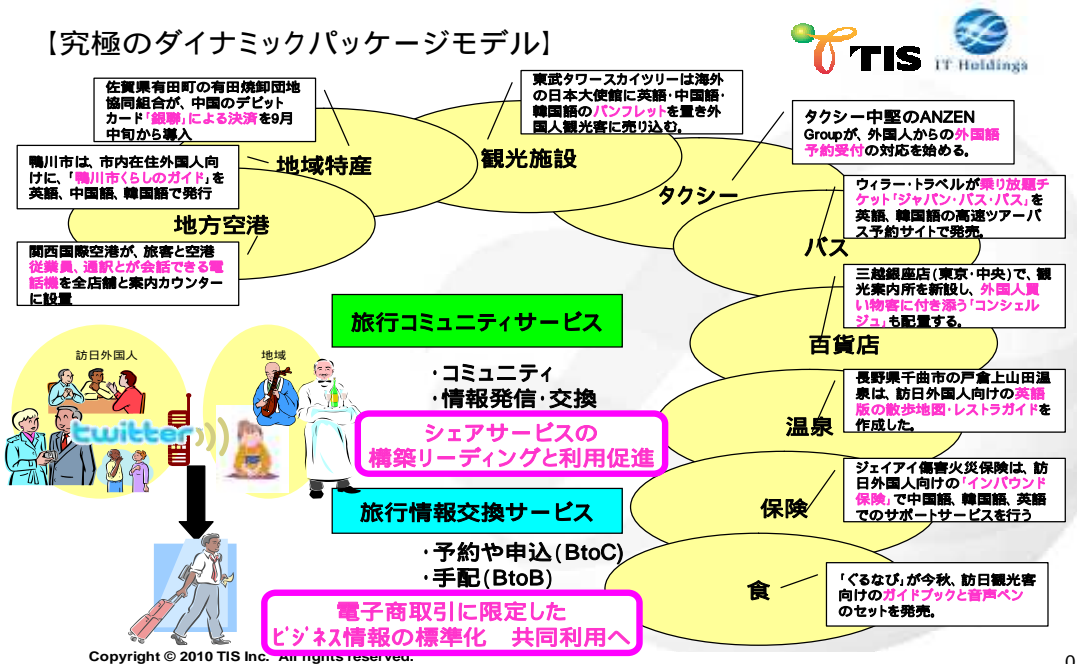
中村（秀）氏

- ・ 観光施設・観光情報を起点とした情報の切り口に変えて行くと、消費者視点に立った新たな切り口の整理が出来ると考えられる

鈴木氏

- ・ 観光施設・観光情報を地理情報をベースにととして纏めると、これまでの中でのより新たな切り口と云えるのでは

2. TIS 筒井氏より「旅行情報流通基盤」構想の提案に関して

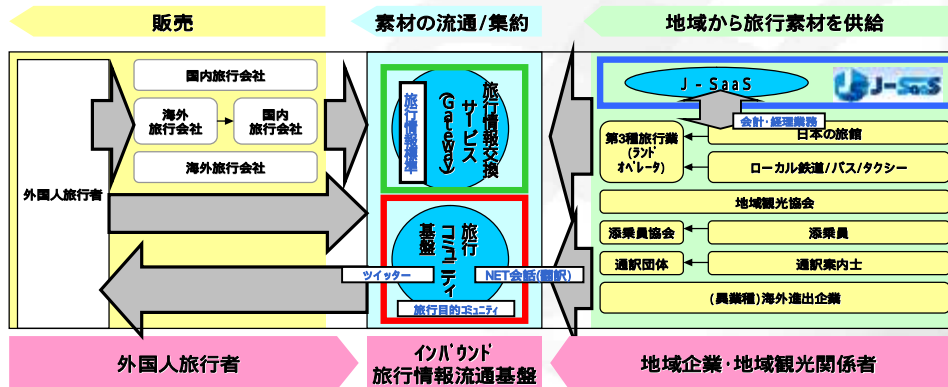


4. 課題解決のための旅行情報流通基盤(ToBEモデル)



地域が主体となって外国人旅行者に観光素材を発信・提供するには、特定の旅行会社に依存せず、地域企業が共通で利用できる仕組みにする必要があります。これは日本の地域全体の活性化を推進するために国策として取り組む必要があると考えます。本基盤は、地域観光素材のサプライヤーだけでなく、外国人旅行者を地域でサポートする通訳士や観光ガイド、地域企業がコミュニティを形成し、地域全体で外国人旅行者を受け入れる態勢をつくる情報基盤となります。

ポイントは、国内地域の特徴が強い旅行素材・ツアー(小旅行)を流通(ハブ化)させることを地域共通(SaaS)で行うこと、旅行者や観光関係者だけでなく、海外進出を狙う異業種企業とも連携したコミュニティの形成すること、将来的にJ-SaaSと連携する地域中小企業を支援するためのSaaSサービスであることです。



Copyright © 2010 TIS Inc. All rights reserved.

1

1. インバウンドにおける国内旅行会社の課題(2)



もうひとつの課題は、旅行会社が、海外にむけて発信する観光情報の質において、

- 課題1) 旅行各社からの情報が提供者側からの一方通行であり、また限定的であること
- 課題2) 現地ならではの情報が十分に発信できていないこと

から、旅行者のニーズに応えられていないと考えます()。

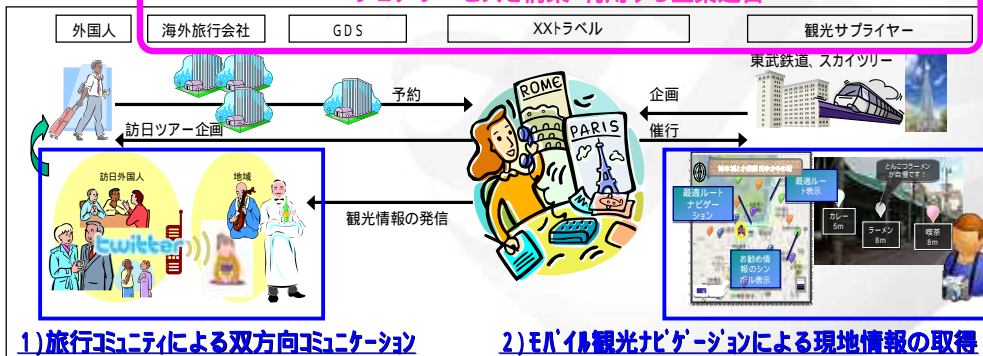
() 日本政府観光局公式ページ「15.TIC利用外国人旅行者の訪日旅行動向調査報告書」では
 (1) 口コミが訪日旅行の最大の動機付けとなっている(外国人の約40%(最多)が口コミによって訪日している)
 (2) 訪日外国人の40%以上が、現地で観光地情報や地図情報収集のためにモバイルを活用したいと考えていると報告されています。

そこで、インバウンドを活性化させるための施策として、

- 施策1) 旅行者同士や、現地在住者と外国人の双方向コミュニケーションを実現するための旅行コミュニティサービス
- 施策2) 旅行者が旅行先において現地情報の取得を実現する手段としてのモバイル観光ナビゲーションサービス

を加えることで、インバウンドの活性化を目指します。

サービスを構築・利用する企業連合

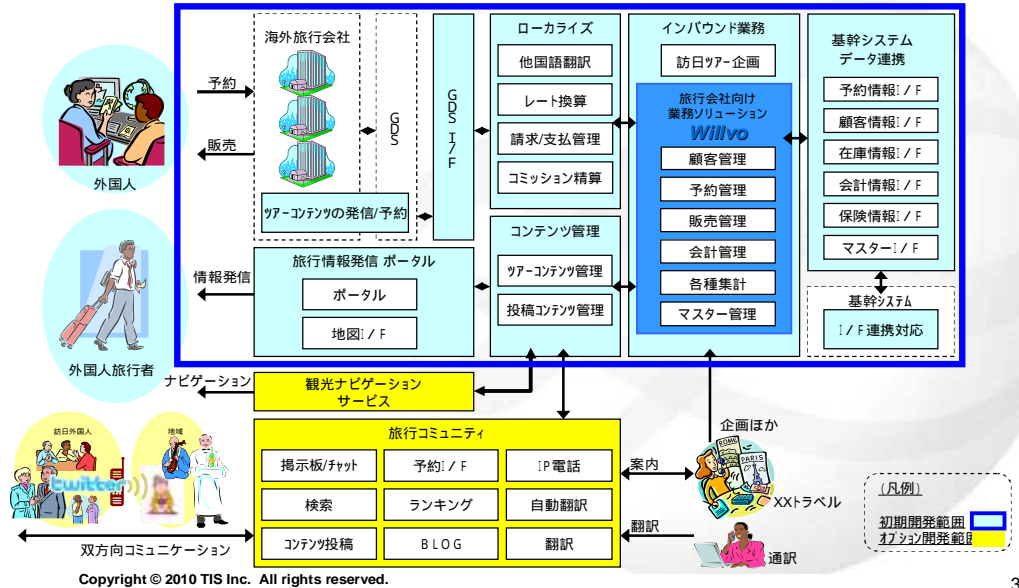


Copyright © 2010 TIS Inc. All rights reserved.

2

2. 課題解決のためのインバウンドシステム

インバウンドシステムのシステム構成は以下の通りです。
 なお、第一段階として、基本機能部分(青枠部分)の構築を想定しています。



3

< 筒井氏の提案概要 >

- ・ インバウンドの活性化を目的に、国内旅行会社の抱える課題解決をすることも必要ではないか（新たな TO BE モデルで提供）
- ・ B2B で必要な海外の旅行会社との予約取引の自動化を図りと共に、又ファジーな情報部分を分離し集約できる様な場や取引自動化に必要なメッセージの標準化は 1 社では出来ず、その場活用して情報交換を実現する必要性が考えられる。その場の役割を担うのに JTREC は最適ではないか
- ・ いくつかの地域の人達と国・地方公共団体等と協調して進める事としたい
- ・ 資料中のモバイル観光ナビゲーションは長野県で実証実験を行う事になっている

< 筒井氏の提案に関しての討議内容 >

木村氏

- ・ 旅の情報を集めてこれを提供出来れば、企業としては役に立つと考えられる。手段としての技術の進歩は早く、それに合わせて行くことは難しさがあるが

井門氏

- ・ 長期的な情報の発信をすることは、企業に勤めている者にとっては難しいのが現状である

松本氏

- ・ Trip advisor と Expedia, リクルートと旅の情報部等個別に連携しているのが現状である
- ・ 中国では「バイドゥ」がサイトを作り、各国に手供する動きがあるが、リクルートとしては消費者へ又外国人にどのように情報をリーチさせるかが課題と考えている
- ・ その点においてどのような対象を相手に情報を発信するかが見えてくると良いと考え荒れる
- ・ 中国ではラクジャリー層相手でも良いかも知れないが、インバウンドでの顧客が見えていないので、情報の提供が絞りにくい
- ・ 地域とグルメのまとめ方は意味がある

小田氏

- ・ リクルートじゃらんはマスを狙うと共に、その中でターゲットの絞込みを顧客の会員化にて行っている

坂井氏

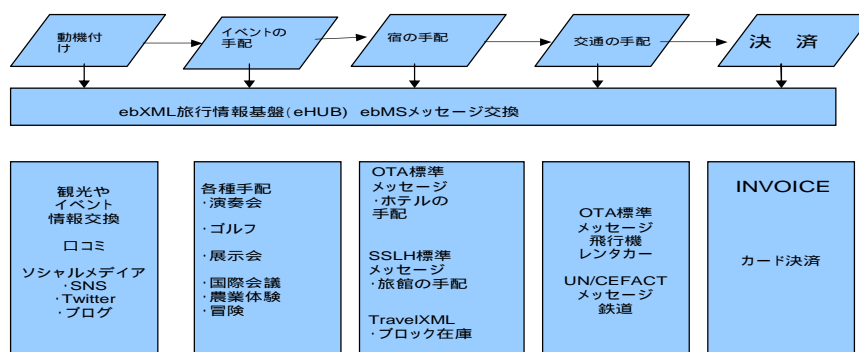
- ・ 情報の発信をタイムリーに出していく必要がある

八木氏

- ・ 従来、ホテルと旅館は経営をしなくても、大手旅行者の言う様にやれば経営できていた時代が長く続いていたが、今日のビジネス環境は自前の力で販売を行う必要性に変化し、その点において標準化の必要性、や、その使い方を考えていく時代になった

3 . 藤岡氏より「Travel ebXML 標準」に関しての提案

TravelebXML 標準



< 藤岡市の提案概要 >

- ・ ebMS2.0 から ebMS3.0 への動きに合わせて日本が推進しては
- ・ 口コミ、SNS、U-stream と Twitter の活用
- ・ TravelXML でも OTA でも EDIFACT でも使えるものは使う必要がある
- ・ 諸外国に働きかける必要がある
- ・ どこかで、実用化として使い始める必要がある

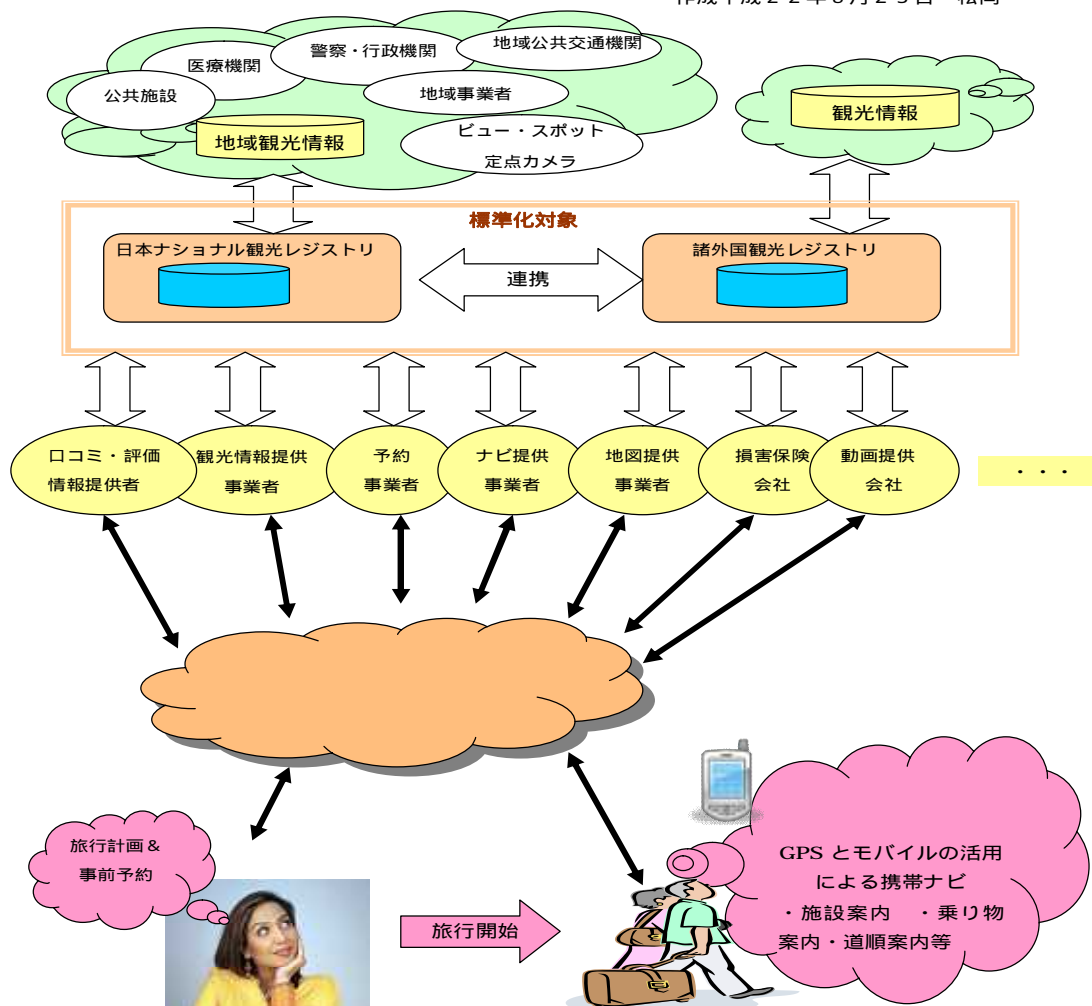
4 . 松岡氏より纏め方の関しての提案がなされた

< 松岡氏の提案概要 >

- ・ 既に、観光に関する情報は世の中に存在している、それらを集合させて活用できるようにすべきではないか < 集合知化する >
- ・ 下図に示した内容を実現するために、「ナショナル観光レジストリ」に保有すべき情報項目の洗い出しと、その標準化の検討を行う
- ・ 国際標準化の活動を通して、国際連携を容易にする必要がある

< 外国人の個人旅行者へ魅力的な観光の紹介と安心な旅の提供 > を実現するために

作成平成 22 年 8 月 25 日 松岡



< 提案に関する討議内容 >

坂井氏

- ・ レジストリに加えて辞書づくりが必要と思われる
- ・ 現状ではサプライヤは価格競争となっている

飯田氏

- ・ 消費者の視点を加える必要があるのでは

石原氏

- ・ 観光情報をジャンル分けはサプライヤ論理ではないか
- ・ 価格のみが評価されているのは、サプライヤとしては面白くない

木村氏

- ・ 消費者の Life Cycle にあわせて発信する情報は標準化していく必要がある

八木氏

- ・ 価格.COM にて表示されている安い商品は、商品在庫が無いのが実態である
- ・ 評価がきちっとしている必要がある

松岡氏

- ・ 価格と Value の関係を解り易くする必要がある

5 . まとめ

石原委員長より、今回の委員会が成功裏に終えたことへの謝辞と、
まとめ方はこれから整理して皆様に提示させていただく旨、
又、9月に観光庁長官に会って報告する予定であるとの報告がなされた

以上