

2015年11月19日

2015年度第16回事業推進本部検討会

NPO 法人観光情報流通機構
専務理事 鈴木 耀夫

- 1) 日 時：2015年11月19日（木） 10:00 ～ 12:00
2) 場 所：ザープホテルズ会議室
（東京都目黒区東山3-1-15 HOLON 池尻ビル（旧 中岡ビル）5階）
3) 議 題：
1. UN/CEFACT マルセイユ国際会議報告
2. JNTO との事業案検討

開催報告

出席者：（敬称略）

鈴木耀夫、堀田和雄、坂井永一、今福博之、大西修一

掲載説明資料

掲載資料名称	掲載ページ
1. 国連による国際協調プロジェクト （アジア太平洋地域小型宿泊施設の関連データの 標準化と e-Market Place 構想について）	2 ～ 10
2. New Wave to UN/CEFACT SLH （Our Vision for Coming SLH Information Project）	11 ～ 24
3. JNTO との事業室・Page コピー （日本の伝統的ライフスタイル体験として、 RYOKAN の宿泊を情報発信する・案）	25 ～ 26

直近の報告資料

観光庁 観光産業課長

西海 重和 殿

国連による国際協調プロジェクト：

アジア太平洋地域小型宿泊施設の

関連データの標準化とe-Market Place構想について

2015-11-26

NPO法人 観光情報流通機構（JTREC）

1

目次

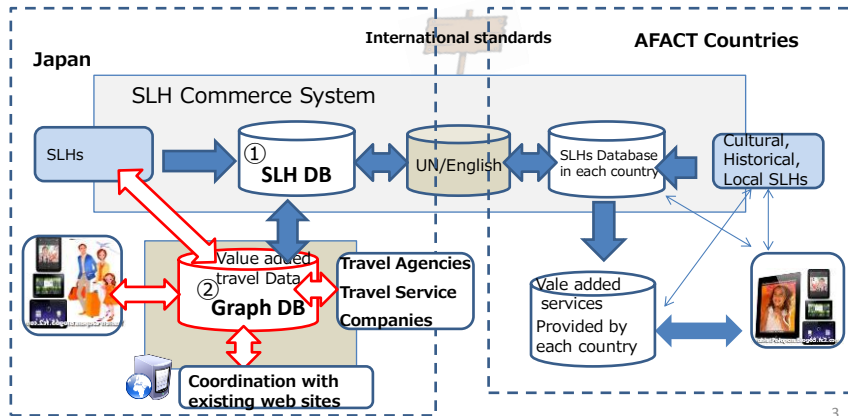
- (1) 第26回UN/CEFACT*フォーラム（11/2～11/6）開催
 - Development of SLH e-Market
 - ビジネス ストーリー
- (2) 2015年第4 四半期の主なスケジュール
- (3) SLHデータの標準化と地域経済活性化はどう結びつくか？
 - 標準化技術を出発点とする社会変革の道筋
 - 利用者起点で事業創造する道筋
 - VISION概要図
 - SLH宿泊事業者のメリット追求
 - Web API プロバイダーは、e-Market Place/AFACTメンバー
- (4) 作成レポートと論点
- (5) SLH写真集

2

- (1) 第26回UN/CEFACT*フォーラム（11/2～11/6）が開催
 ・・・・観光分野においてインパクトのある検討と方向性が承認された。

■ Development of SLH e-Market

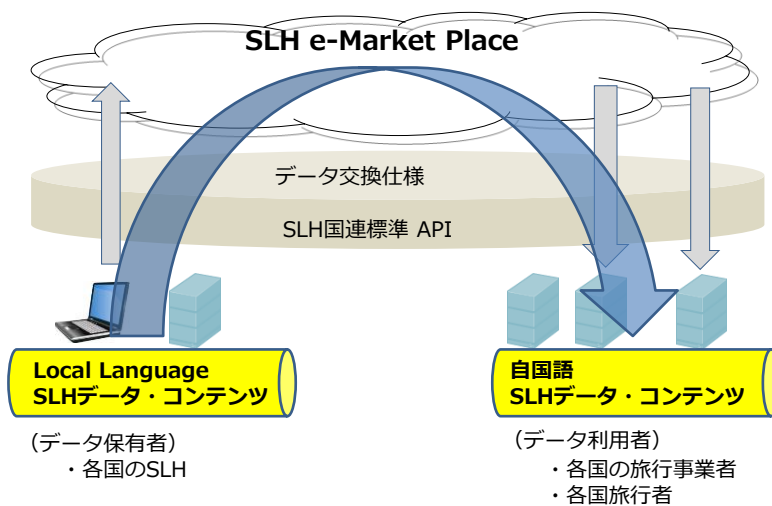
- 1) SLH Commerce System Development and Promotion Planning (SLH 2nd Stage)
- 2) Travel agencies should be provided with Innovative DTI Database, which could let travelers come to stay SLHs



3

■ ビジネス ストーリー

付加価値を左から右へ流通する



4

(2) 2015年第4四半期の主なスケジュール

DTI 12月中旬

DTIのドラフトを国連のフレームワークに沿ってRSM (Requirement Standard Mapping) を作成する。

3月末

ハーモナイゼーションプロセス (RSMが国連スタンダードに適合しているかを審査) を経て、パブリックレビューに答申される。

SLH 12月上旬 (AFACT)

11/2～11/6のマルセイユ会議の結果を踏まえ、SLH第二次実証は、ビジネスモデル策定と並行して検討していくことになったことを確認する。

マーケットプレースを含めたビジネスモデルに関し、進め方やリソースなどの検討が開始される。

3月末 (UN/CEFACT)

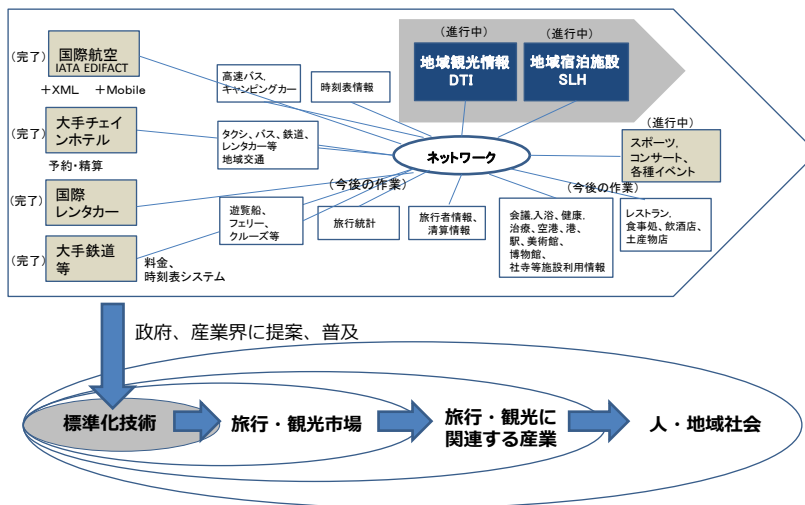
6ヶ国のパイロットシステムのスケジュールについては、多言語化やAPI開発の検討を経て3月末に完成の予定。

5

(3) SLHデータの標準化と地域経済活性化はどう結びつくか？

■ 標準化技術を出発点とする社会変革の道筋 (UN/CEFACTによる国際協調プロジェクト)

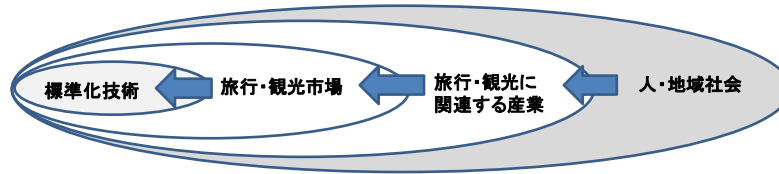
EDIFACT(国連標準EDI)



6

■利用者起点で事業創造する道筋

(今回会議の中心課題)



集積する各国SLHの

- ・施設情報
- ・商品情報
- ・予約情報等は

標準化することでe-Market Placeを構成することができる。

SLHデータ以外に、地域観光情報も旅行者の関心に連動して流通する仕掛けが必要。

インバウンドも重要、アウトバウンドも重要

アジア太平洋地域に各国のSLHを集めた e-Market Placeを創り、SLHの登録数や専門性と利便性の高いサービスを実現したい。

旅行者への情報発信は関連産業が担い手

日本語のSLHデータは、各国では母国語で検索・予約ができる。

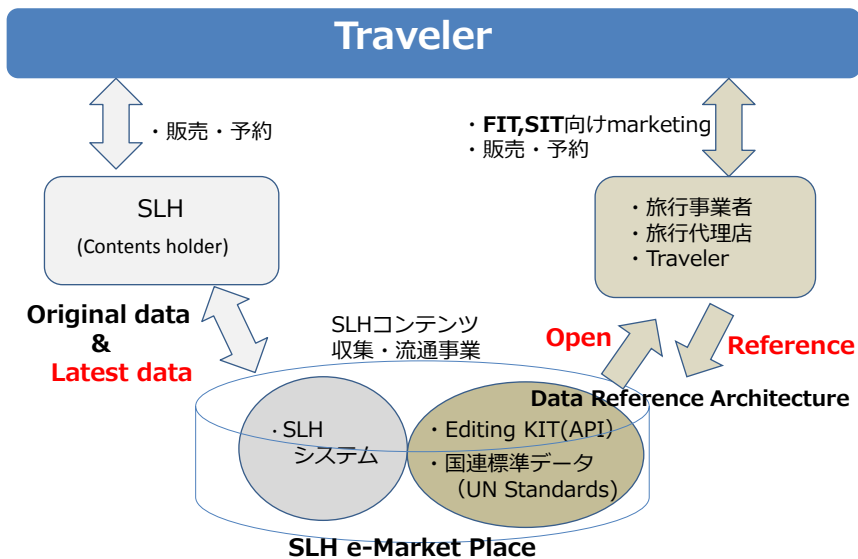
旅館・ホテル提供のデータは常に最新でありたい。
⇒代理店やオンラインサイトの各SLHデータ同様
⇒システム運用を安価にするためデータフォーマットは共通にして欲しい。

地域活性化⇒旅館民宿活性化

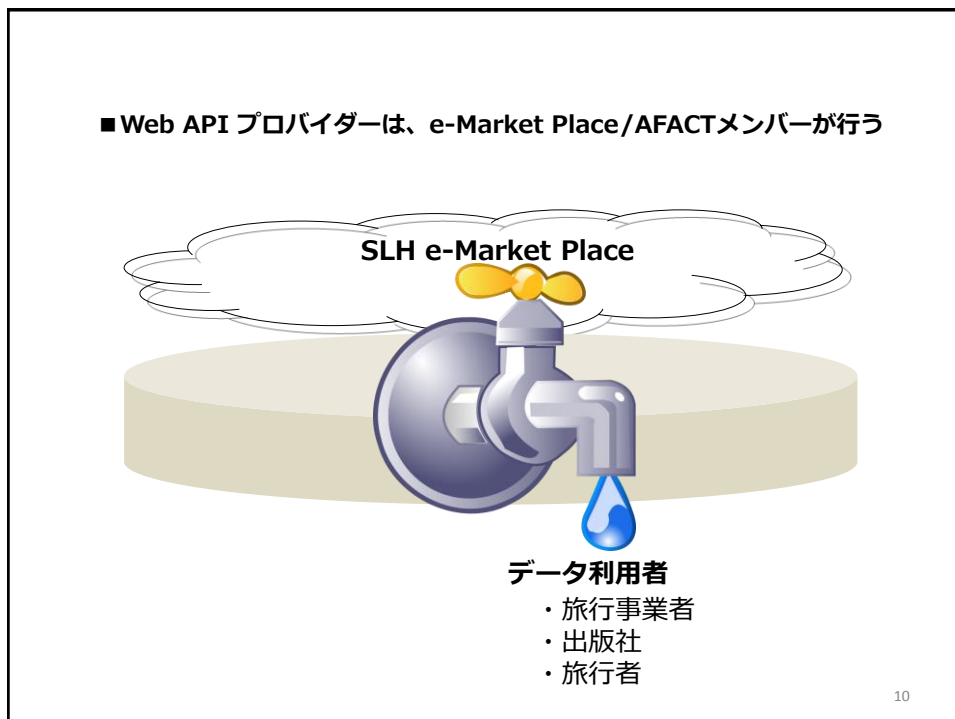
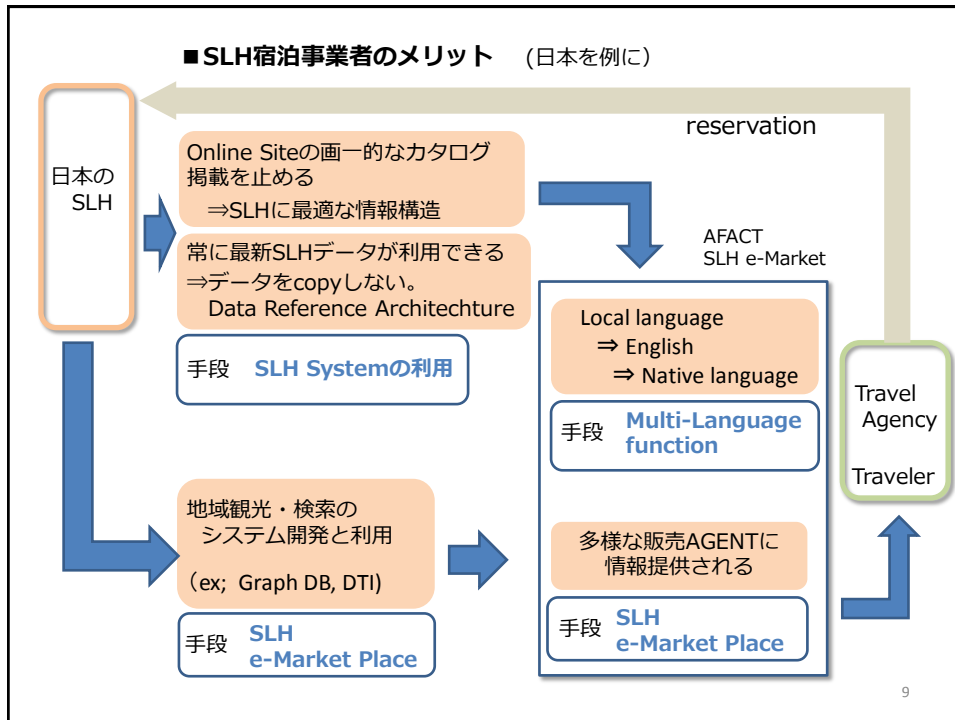
各地域の多数の旅館・ホテル
⇒世界への情報発信
⇒画期的な手段が必要

7

■ VISION概要図



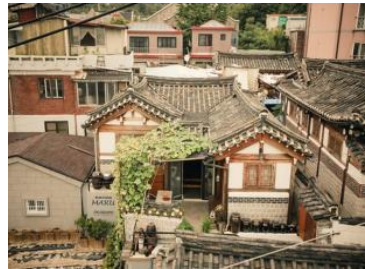
8



(4) SLH写真集

韓国提供のSLH

- 1) Hanok Guest Houses 100 Properties
- 2) 韓国モーター
- 3) キャンピングカー
- 4) その他



11

台湾提供のSLH

- 1) Minsu (民宿) 10,000 Properties
- 2) その他



12

タイ提供のSLH

- 1) Farm Houses
- 2) その他



13

インド提供のSLH

SLHs in India: 10,000 (Gov. registered) and 100,000~250,000 (Local gov. licensed)

- 1) Heritage & Lodge 2) Haveli 3) Farm House 4) Eco Farms & Resorts 5) Serviced Apartments
- 6) Home Stays その他



イラン提供のSLH

- 1) Leisure type hotel in Kish Freezone Organization, 100 Properties
- 2) その他（イラン本国は将来の取組み）



15

日本提供のSLH

- 1) Ryokan (旅館) 43,000 Properties
- 2) Business Hotel 7,000 Properties
- 3) Minshuku (民宿) 25,000 Properties
- 4) Old Traditional Private House (古民家) 800,000 Properties-Not Registered) 他



(5) 作成レポートと論点

5-1 レポート

「New Wave to UN/CEFACT SLH」

Our Vision for Coming SLH Information Project

5-2 論点

- ・ 宿泊施設の検索、予約等の多言語化は重要
- ・ 第二次実証実験の仕様検討に合わせ、ビジネスモデル検討もすべき
- ・ 各国ホテルのベーシックな運営は共通システムでできるのではないかな
- ・ DTIは、情報ではなくPOIを表し、実体はメディアである。グラフDBは動画等の画像を扱うことができるか
- ・ e-Market Placeによるメリットについて
 - ⇒SLHオーナーのメリット
 - ⇒旅行事業者・関連事業者のメリット
 - ⇒旅行者のメリット

Travel & Tourism Domain

日本語版

(DISCUSSION)

「New Wave to UN/CEFACT SLH」

Our Vision for Coming SLH Information Project

Drafted by
JTREC Managing Director
Akio SUZUKI

JTREC Adviser
Kazuo HOTTA

1

AGENDA

(1) VISIONとBusiness Model

(2) 提案

- 2-1 「SLH System」の位置づけは、「e-Market Place」の宿泊事業者用applicationとする
- 2-2 「SLH e-Market Place」を構築する
- 2-3 ファーストタイマー、リピーターの獲得は、地域全体で推進する
- 2-4 JTRECはSLH e-Market Placeに貢献したい

(参考) Graph Data Baseについて

2

VISION

- ① 2ND Stage SLH International Pilotは、
SLHビジネスモデルの検討に含めて行う。
- ② VISIONのゴールは、
「（AFACT）SLH e-Marketを構築し、UN/CEFACT
の標準化の実践とSLHの最適な旅行・観光情報サービスを
事業として行う」

3

※ Business Plan

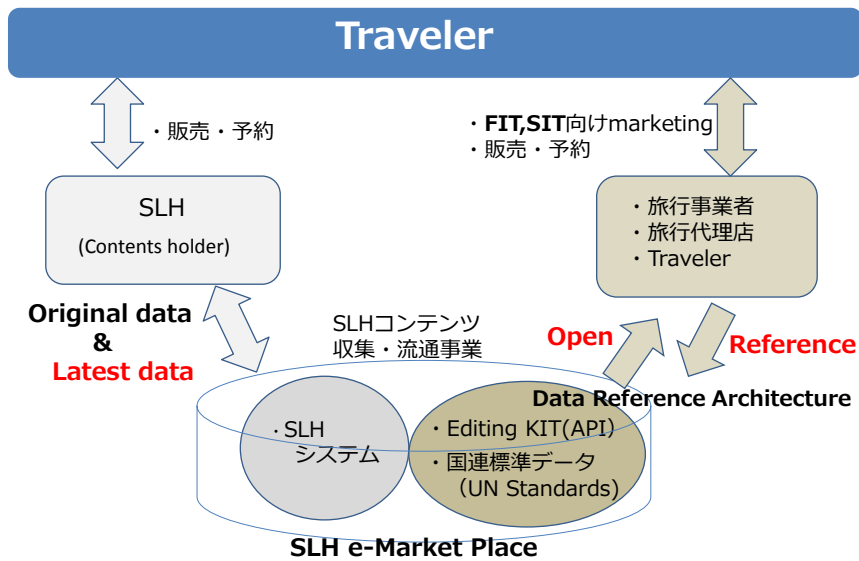
JTREC is going to be in between SLH Owners and Selling Parties as Travel agencies, etc. and be an intermediary through communicating data between them.

Integration of SLH Commerce System, or a closed system and DTI Travel Data Communication System, or an open system

AFACT SLH e-Market Place will be one where new type of travel agencies which utilize open travel data and edit digital data for customers, and travelers themselves who could make their own travel planning by using open travel data could be encouraged to take an important role.

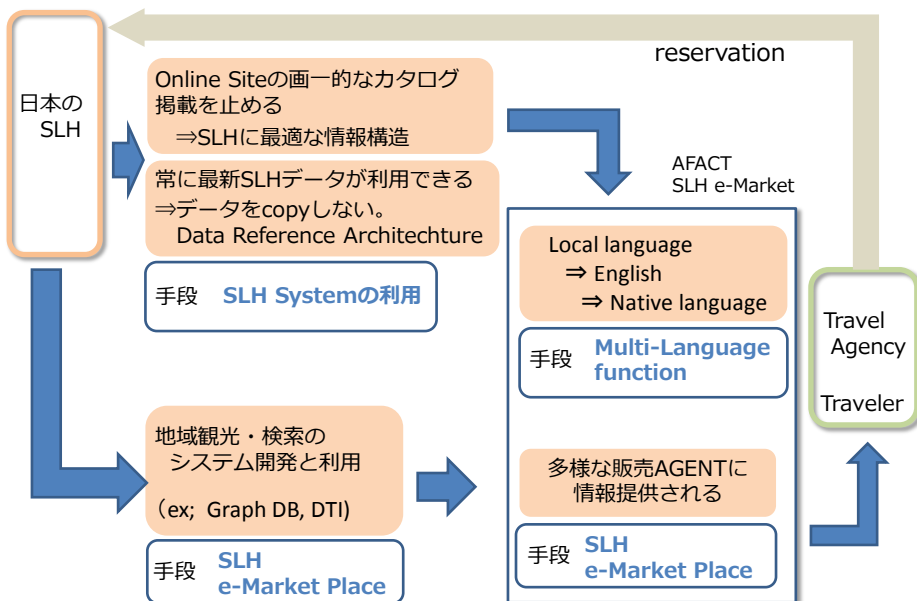
4

VISION概要図



5

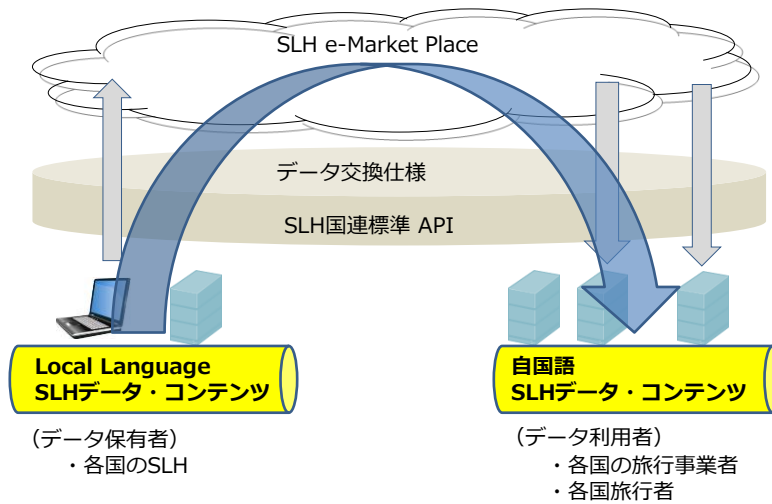
SLH宿泊事業者のメリット追求 (日本を例に)



6

ビジネスモデル図

①付加価値を左から右へ流通する



7

②流通事業は、Web API プロバイダー (e-Market Place/AFACTメンバー) が行う



8

(2) 提案

2-1

「SLH System」は、「e-Market Place」の
宿泊事業者用applicationの位置づけとする。

9

AFACT Project -- Going Forward by Cooperation of Taiwan and Japan



AFACT

オーストラリア
台湾
カンボジア
インド
インドネシア
イラン
日本
韓国
マレーシア
モンゴル
中国
パキスタン
フィリピン
シンガポール
スリランカ
タイ
ベトナム
サウジアラビア

10

SLHのシステム環境、ビジネス環境

「SLH」

Minsu



**Hanok
Farm House
Cottage
Resort Hotel
Maharaja House**

Ryokan



台湾と日本でSLH「Hotel System案」、
「ビジネスモデル案」を先行検討し、
ドラフトを提示したい。

ポイント

- 各国のホテルシステムは共通システムで運営できるのではないか？
- UN/CEFACTで標準化したデータの分類やFormatの適用
- ローカルSLHとグローバル・チェーンホテルとの差異化は、ホテルシステムの優劣ではなく、SLHの個性と地域観光の魅力の表現手段で競争する。

11

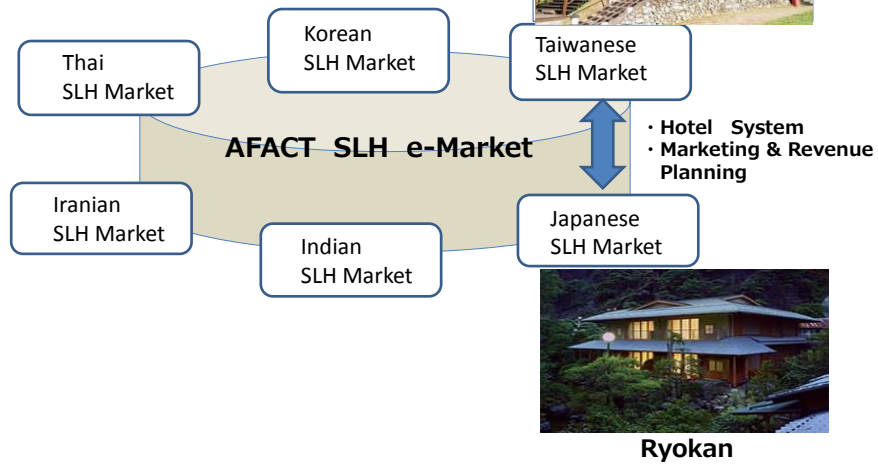
2-2

「SLH e-Market Place」を構築する。

12

Business Partner

(Understanding between AFACT countries for SLH 2nd Stage Pilot Project)

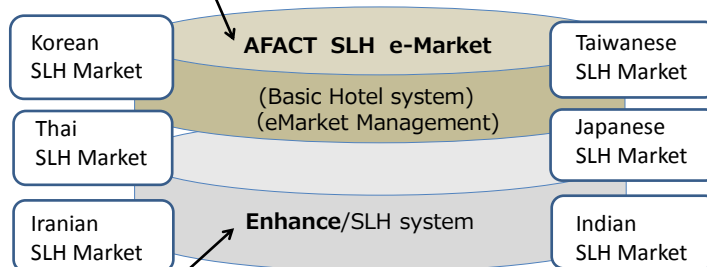


13

SLH e-Market Place

e-Market基本機能

- ・常に更新された最新データの提供
- ・予約、変更、キャンセル
- ・Basic PMS
- ・各SLHの地域観光案内
(外部の情報検索システムとの連携など)

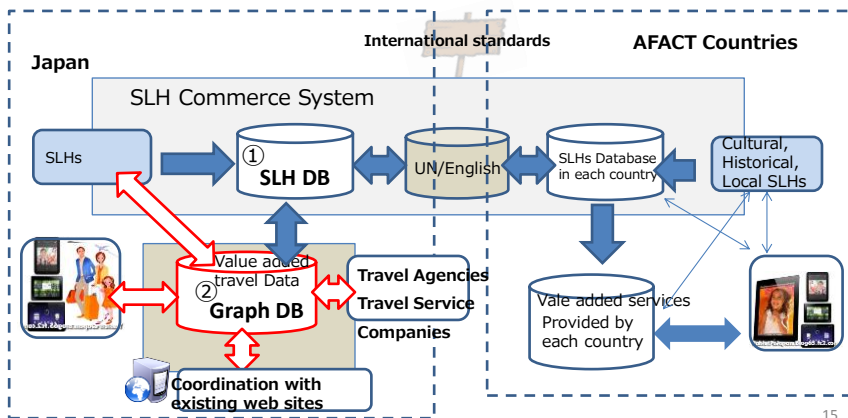


各SLHの個別機能は、将来自国の条件に合わせ個別に開発する。
・・・ (最適なPMS solution softwareの期待)

14

Development of SLH e-Market

- 1) SLH Commerce System Development and Promotion Planning (SLH 2nd Stage)
- 2) Travel agencies should be provided with Innovative DTI Database, which could let travelers come to stay SLHs



15

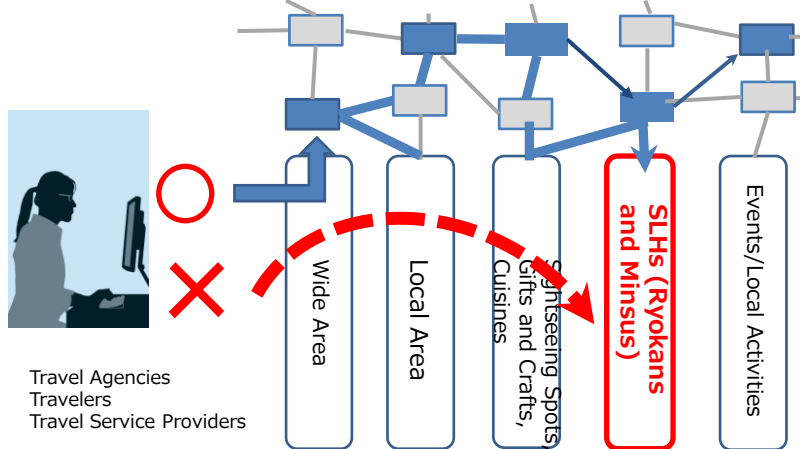
2-3

ファーストタイマー、リピーターの獲得は、
地域全体で推進する。

16

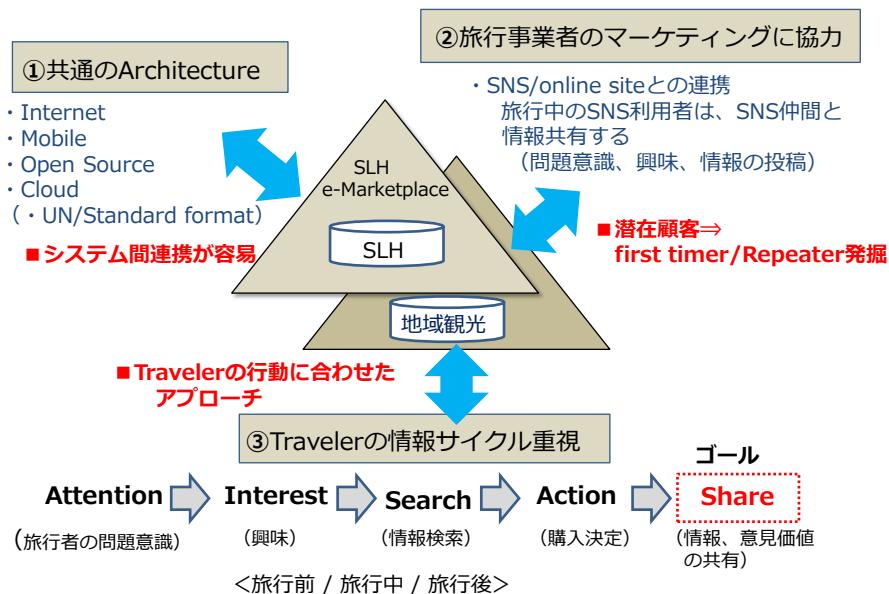
Place "SLH e-Market" offers Travel Agencies and Travelers Value added Services

Travelers Desire to "Search web sites horizontally and vertically".

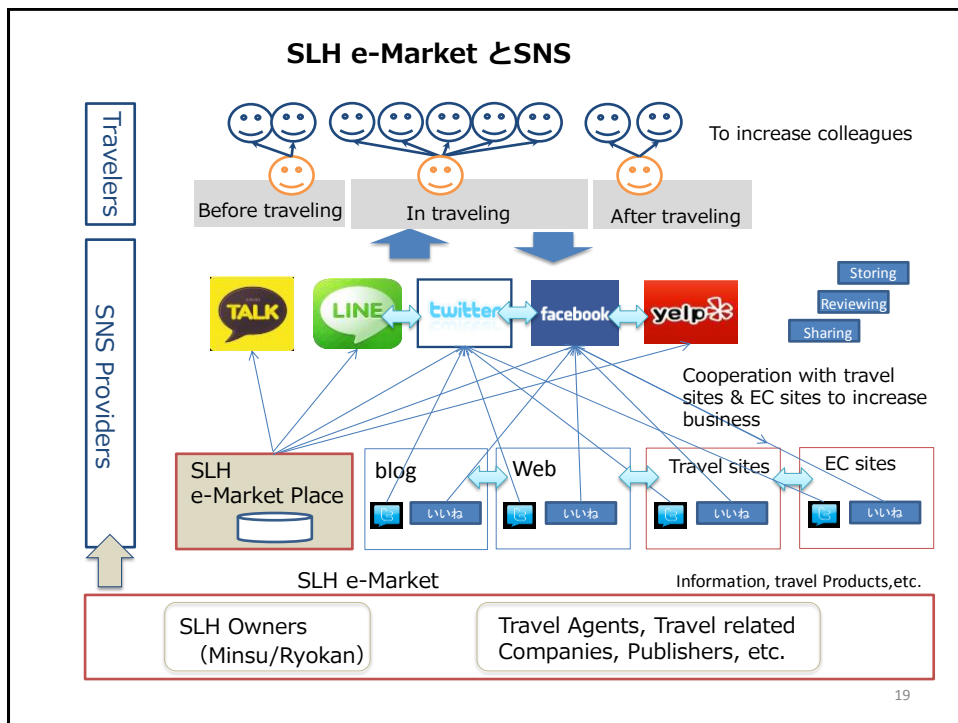


17

SLH e-Market Placeの方向性



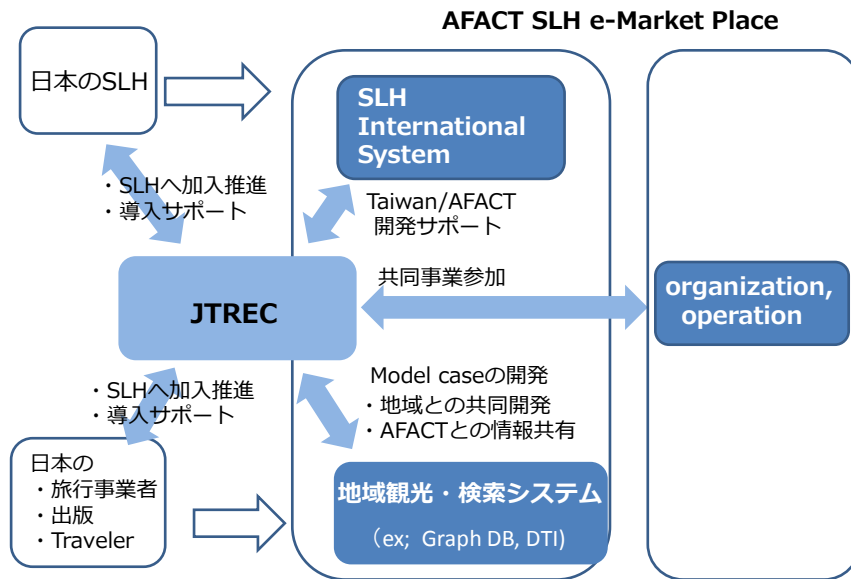
18



2-4

JTRECはSLH e-Market Placeに貢献したい

■ JTRECの基本的な考え方



21

Thank you very much.

We would like to get your feedback.



22

(Ref.) Graph DB

23

(1) 経路を探るためのグラフ

始点から終点までの

経路が何種類あるのか

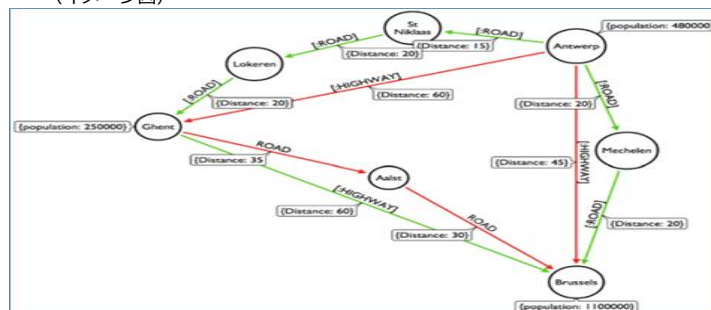
どのようなSPOTがあるか

歴史、文化、風景はどのようなものか

今月、今週の行事はどのようなものがあるか

食事のすすめはなににかはどれか、等を探ることができる。

(イメージ図)



24

(2) 研究テーマ：Travelerを魅了する観光Map

背景 ■ Travelerは、地域全体を一括把握したい。

- ・市の観光HPを見る
- ・多数のHotelのHPを見る
- ・交通機関のHPを見る
- ・レストランは何処にある？
- Shoppingは何処でどのようなものが買えるのか？
- その店は何を売っているの？ そこは歩いていけるの？

■ Travelerは、HPを渡り歩き検索をする。検索Tabの切替も大変。

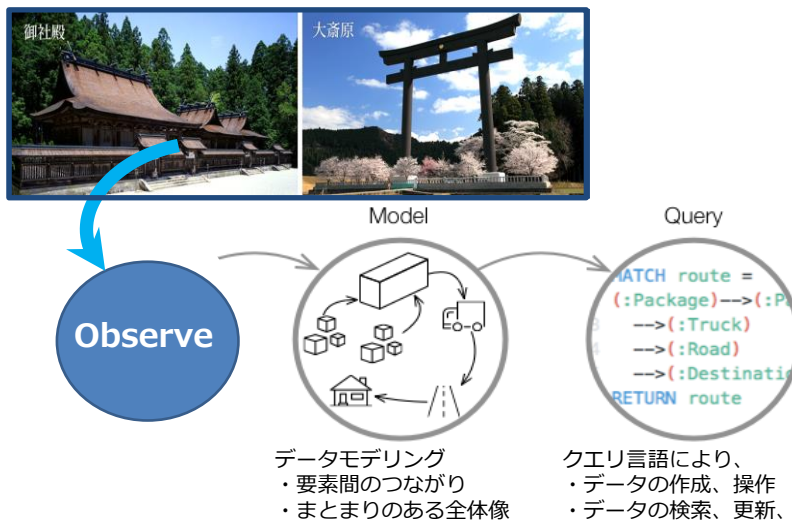


要求・ニーズ

- 観光地側が推奨するお奨めスポットだけではなく、Traveler自身が回答を出すようにしたい。

25

Attention → Interest → Search → Action → **Share**



26

(3) 利用例 <観光 map>

- ノードや関係性を示す線の上をクリックすると属性情報表示/Tab切替不要！



入口はどこ？

海のSPA?
景色は？



崎の湯から仏坂までどう行くの？



-----企画「日本の伝統的ライフスタイル体験として、RYOKANの宿泊を情報発信する」・案-----

主旨；外客が激増している一方で、地方の旅館宿泊者は必ずしも伸長している訳ではなく、旅館稼働率も低位に推移している。

外客を地方、とりわけ温泉観光地に分散誘客していくには「RYOKAN」また「ONSEN」という言葉そのものを日本の文化、ライフスタイルとして海外に普及・宣伝していく必要がある。

このため訪日客の20%が関心をもち、滞在期間の数泊をRYOKAN体験が必須という旅を訴求する企画とする。

組織；JNTOと(社)日本旅館協会の共催的な事業として位置付ける。両者にてプロジェクトチームを設立。役割として日本旅館協会は情報収集と整理。

資金；日本旅館協会15年度300万円程度。JNTO事業予算に応じて媒体、見本市なども活用。

期間；3年程度の中期計画で成果獲得する

KPI；下記にあげる国内約50地域の外国人宿泊客数を平均20%アップする

■企画内容

日本のライフスタイルの体験としてONSENとRYOKANを取り上げる。実際の成果獲得のために、地域特性とともにWEB等での情報を発信する。注/紙媒体は必ずしも必要とせず

RYOKANの情報要素としては以下とする（共通項）。

- ・畳の部屋
- ・浴衣
- ・布団
- ・座布団 等

必ずしも温泉立地、1泊2食型施設が共通項でないため、オプションとして下記を取り上げる

1 ONSEN

- ・大浴場
- ・全裸入浴
- ・入浴マナー

2 WASHOKU

- ・会席料理のイメージ

3 OMOTENASHI

- ・和服でのサービス 等

対象地域；公募企画とする。地域を訴求しないと、成果が見えないことから初年度に10地域程度選抜、その後半期に10地域ほど追加していく。

対象外国人客；FITとする

対象国；国別に発信内容を変えて実施した方がよいのかどうか等検討

応募要件；

- ・ ゴールデンルート以外の地域で、外国人宿泊構成比が5%以内であること
- ・ 地域内に日本旅館協会会員複数存在すること、また旅館集積があること
- ・ 当該行政に外国人誘致の政策があること。同時に同企画についての協力があること
- ・ 地域の特徴を打ち出し、受入体制が実験的に整備できること
例/外客が集客できるエリアでのおもてなしイベントや特典などがある
例/外国語ガイド付きまちあるき等がある
例/お花がきれい
例/地域の独自の食文化
- ・ アンケートの収集ができること
- ・ 当該行政において外客の宿泊人員など成果検証が把握できること

メディア対策；メディアが取り上げやすい映像や企画内容とする。

国内メディア対策；東京でのプレスリリース、当該地方においてもプレスリリース

海外メディア対策；メディアへの取材をしてどのような情報がとりあげられやすいのかを調査する

その他協力組織について；下記にあげる外国旅行者のアクセスの多いサイトとの協力検討

- ・ 外国人観光客が訪日前・訪日中にチェックする情報メディア

注/<http://www.nusacm.org/foreign-visitors-to-japan-website>から抽出

- 1.TripAdvisor
- 2.Michelin Travel – Japan Travel Guide
- 3.JapanGuide
- 4.Japan Travel .com
- 5.MATCHA
- 6.JAL Guide to Japan
- 7.Japan Hoppers
- 8.JAPANICAN
- 9.日本漫遊
- 10.樂活的大方
- 11.「樂吃購(レッツゴー)！日本」
- 12.Marumura.com
- 13.地球の歩き方goodLuckTrip
- 14.Japan-i畅游日本(ちんゆう日本)
- 15.DiG JAPAN
- 16.TimeOutTokyo
- 17.WAttention Tokyo
- 18.JNTO日本政府観光局
- 19.VISIT JAPAN 日本旅遊活動

選考方法；

■募集素材

具体的素材はライフスタイルとしての尖ったRYOKAN動画と地域素材とし、YouTubeでのアクセスを稼げる外国人向けコンテンツの募集。3分程度で10地域を選抜して公表する。

話題性が重要。最終国際ヴァージョンは英語化。

活用媒体

JNTO ホームページ

日本旅館協会ホームページ

YouTube

日本旅館協会 多言語FB（英語サイトも構築）

■応募要綱；検討中

以上