

ICTを活用した観光の魅力向上に向けて

2013年11月13日

第2回 仙台空港600万人・5万トン実現サポーター会議

パネルディスカッション

日本ユニシス株式会社
公共第三事業部

中村 崇

takashi.nakamura3@unisys.co.jp

1. ICTを活用した旅行者サービスへの取り組み ...p.2

旅行先・訪問先での情報と携帯端末

取り組み事例ご紹介

2. 課題と方向 ...p.8

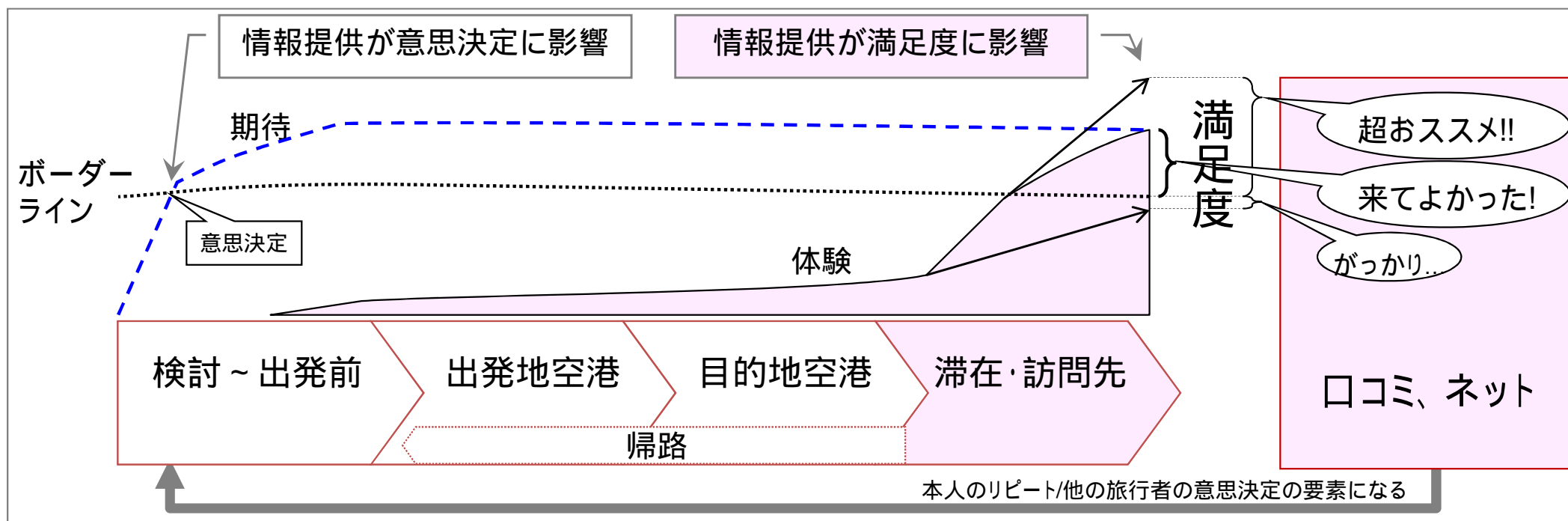
「認知の課題」「コンテンツの課題」

旅行者のための「ゆるやかな統合」

ご参考：日本ユニシスについて ...p.12

訪問先での情報が旅行者の満足度に影響

- 旅行に関する情報提供は、主として「意思決定」にはたらきかけようとする
 - 情報の内容は「期待値」を高めるもの
 - 受け手の「ボーダーライン」を期待値が上回ると意思決定
- 一方、旅行の満足度は、「期待」と「体験」のギャップで上下する
 - 絶対的なものでなく期待通りの体験を得られたかどうか
 - 旅行中に提供される情報がこのギャップに影響する
- 旅行者の満足度はリピートだけでなく、これから旅行する人に影響する
 - 満足は本人のリピート意向だけでなく、ネット上などに発信される
 - 口コミあるいは投稿を通じて検討中の人の期待値を高め、意思決定に影響を及ぼす



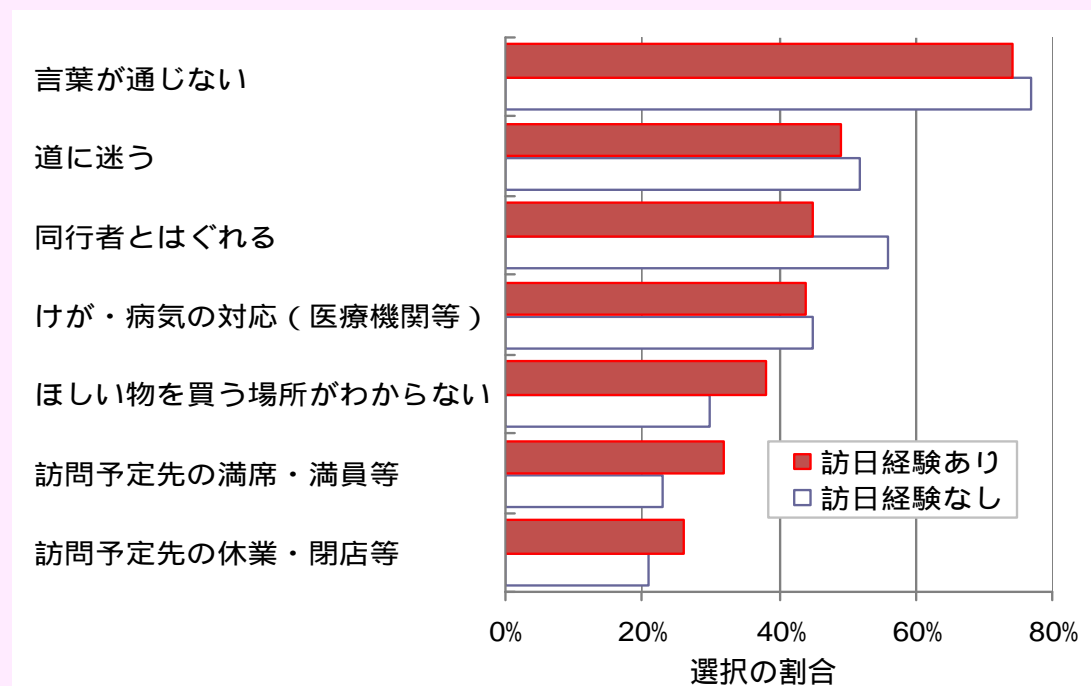
旅行者の情報ニーズと情報発信

不安なく旅をするための情報

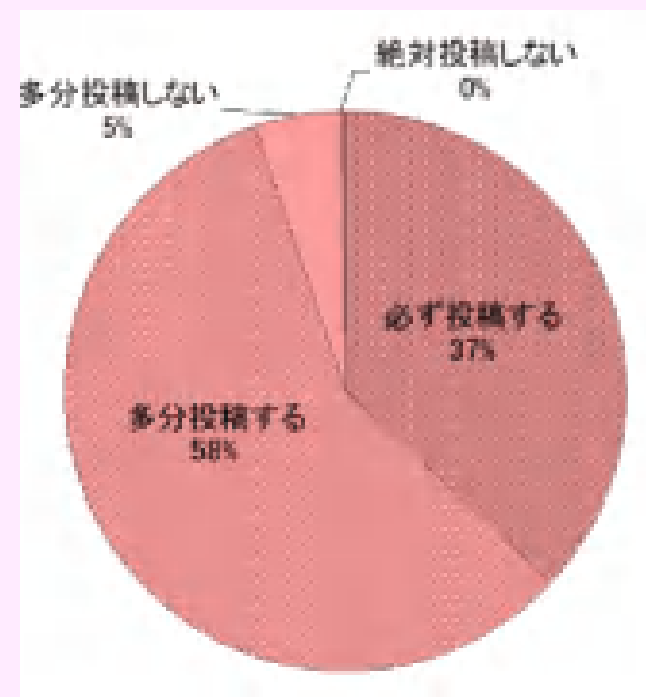
- 訪日旅行者の「言葉の壁」の不安を除く
- 行きたい所へ迷わず間違わず行けるようにする
- けがや病気になったときどうしたらよいかわかる
- 目当ての物、食事、サービスを逃がさない

旅行の体験はネットに投稿される

- 「必ず投稿する」と「多分投稿する」を合わせて9割以上
- 投稿先は、個人ブログ、旅行情報サイト、SNSなどさまざま



日本への旅行で不安を感じる事(複数回答)



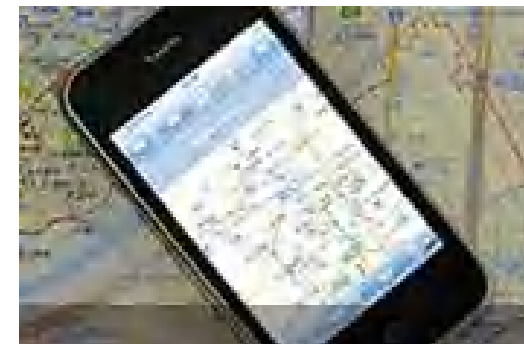
旅行での体験をネットに投稿するかどうか

中国在住の訪日旅行計画者を対象とした日本ユニシス調査による

携帯端末は、訪問先での情報提供にマッチ

「どんなところへ」「どうやって行けるか」の情報をインターネットで入手したいという旅行者のニーズに応えるのに適している

- その場で
 - 移動中/訪問先での利用
 - 居場所に応じた情報
- その時
 - 「今日のイベント」「これから乗れる便」の情報
 - 状況の変化に即応
- その人に
 - 膨大なネット上の情報から関心にマッチするものを抽出
 - 旅行者の母国語に対応



期待に応えられなければ、携帯端末は「不満」「不安」を発信する道具に

検討～出発前

出発地空港

目的地空港

滞在・訪問先

ネット投稿

取り組み バス停等の情報発信拠点化

- バス停等で、訪日旅行者に、そのバス停を基点とする行先案内や時刻表、観光施設や店舗などの情報を提供
- 来訪目的、乗車時刻、経路等に基づき適切な街情報を抽出して提示
- 公共交通による市内観光の利便性と回遊性の向上を図る



アンケート結果：「予定外の行動」が過半数...回遊促進効果を確認

取り組み 「タイムトラベルナビ」

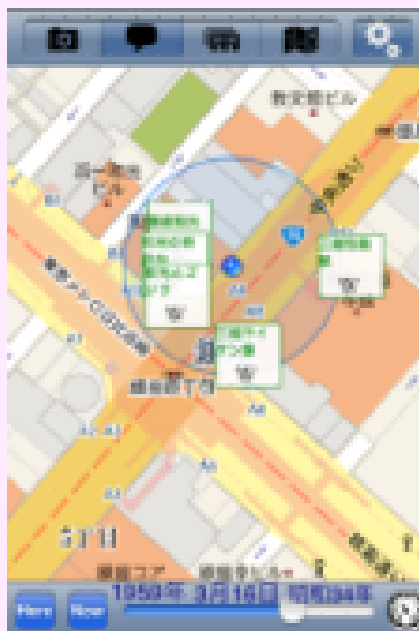
- 拡張現実 (AR) の適用
- 観光情報、ショッピング情報に加え「懐かしい街並み」をデジタル映像で表現
- 「手ぶら」にこだわりヘッドマウントディスプレイ (眼鏡型等) を試行

AR: (augmented reality = 拡張現実)

情報通信技術を用いて、現実の環境に情報を付加して提供すること、またそれによって提供された情報



その場の建物にデジタル情報が重なって見えるイメージ



画面上の「つまみ」を横にスライドさせると過去の映像を見られる地点が示される



アンケート結果: 「古都、城下町、伝統・伝説のある街で役にたちそう」

取り組み 「デジタル妖怪さがし」ほか

「デジタル妖怪さがし」

- 施設見学にゲーム性を持たせて、魅力向上を図る取り組み
 - ・ シンボルキャラクター - を模した「ロボット」と携帯端末を館内で貸し出し
 - ・ 携帯端末のセンサーと無線通信の機能を利用して「館内に隠れているAR妖怪」を探してもらう
 - ・ 「コスプレ」で気分を盛り上げ

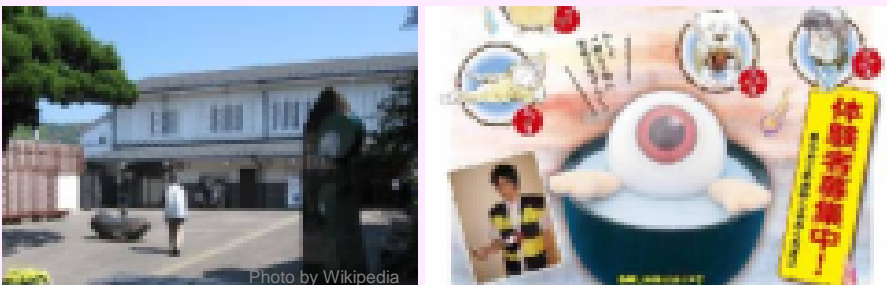
「本当に妖怪がいるみたい」

(来場者)

「館内をゆっくり廻ってもらえた」

「飲食、お土産等の消費につながった」

(運営者)



好評を博したことを受け事業化

「デジタルスタンプラリー」

- スマートフォンを持っている観光客に町なかを楽しく回遊してもらうためのアプリとコンテンツ
 - ・ 「デジタル妖怪さがし」の発展
 - ・ 持ちモノを減らし観光の快適性向上
- ゲーム性を強化
 - ・ ARによるキャラクターと記念撮影
 - ・ 「検定」などクイズと連携等
- コストを抑え継続できる仕組みに
 - ・ 端末は観光客が持っているもの
 - ・ スタンプ帳配布、スタンプ台メンテナンスなどスタンプラリーの変動費を節減



「コンテンツ」「認知」が課題

これまでの課題

機器の能力



高速、大容量、高精細

規格の乱立



機器・通信とも世界共通に

機器のコスト



旅行者が自分の端末を持ち込み

通信のコスト



無線LAN併用で通信コスト極小化

情報の量・質

残
課
題

情報の量・質をどう確保するか
(「コンテンツ」の課題)

どうやってサービスを知ってもらうか
(「認知」の課題)

サービス自体の知名度

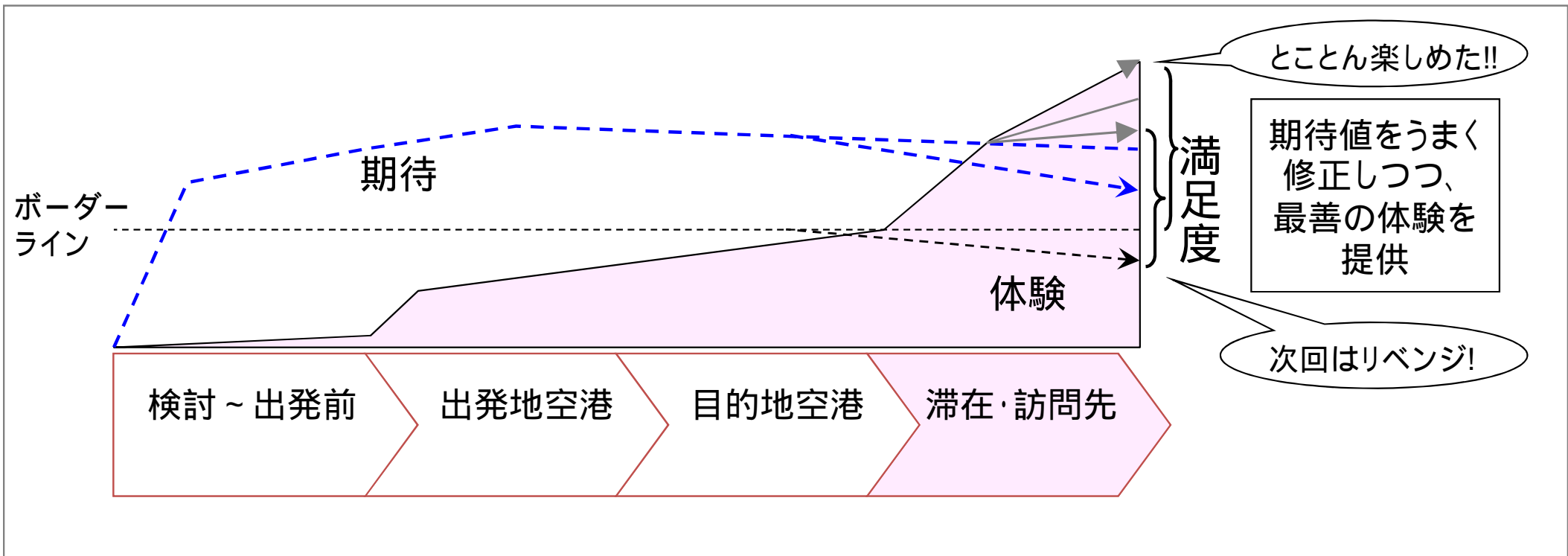
「コンテンツ」の課題

- 情報入手までの「わかりやすさ」
 - 多国語対応
 - 事業者や公的機関が個別に発信している情報の集約 等
- 期待通りの体験をのぞめない場合(天候不順、交通遅延等)
 - 適切な予告や説明による期待値/ボーダーラインの修正
 - 代替プランに誘導 等
- 「プラスα」の体験の提供
 - 旅行中に新たに生じた期待への対応
 - その日だけ、その場の空き時間ですぐ 等

本日はお天気に恵まれず、お天候が心配な状況となっております。
 この際、観光客の皆様へより一層安心してご利用いただけるよう、お天候に合わせた
 変更をさせていただきます。
 1階にお立ち寄りいただき、お天候に合わせたご案内をさせていただきます。
 天候が回復いたしますと、お天候に合わせてご案内させていただきます。

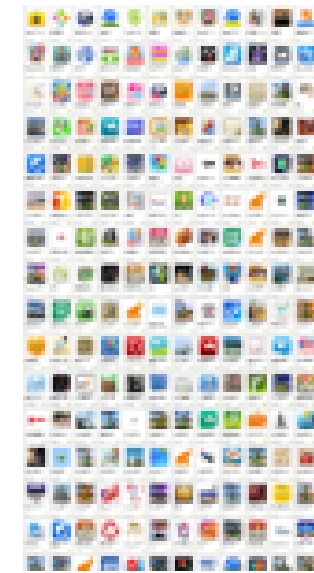
【お天候に合わせたご案内】
 2月24日(水)14:00より

観光資源があっても
 期待通りにそれを体験できない
 こともある

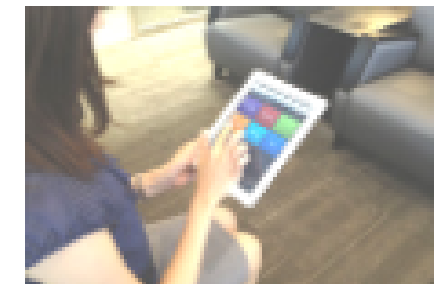


「認知」の課題

- 携帯端末以外を通じた認知
 - 紙はじめデジタル以外の媒体でのアプローチ
 - サービスの入り口(アプリやウェブサイト)に誘導するQRコードをパンフレット類に表示させるなど
 - パソコン向けサービスからの誘導
 - 紙媒体向け情報に加え、サービス詳細案内ページ、音声・動画などで利用イメージを持ってもらう
- 出発後の滞留/滞在地での認知
 - 空港はじめターミナルやホテル等で利用者を誘導するしくみ
 - 出発地の搭乗ロビー等で行先に応じた情報提供
 - サイネージとの連動、無線LANサービスに相乗り、等のしかけ



「旅行」「観光」を標榜する
スマホアプリだけで数百種
ある中で地域のサービスを
際立たせる必要がある



空港、ホテル等旅行者が滞留/滞
在する場所では、旅行情報への意
識と提供側のしかけがマッチし認
知を得やすい

検討～出発前

出発地空港

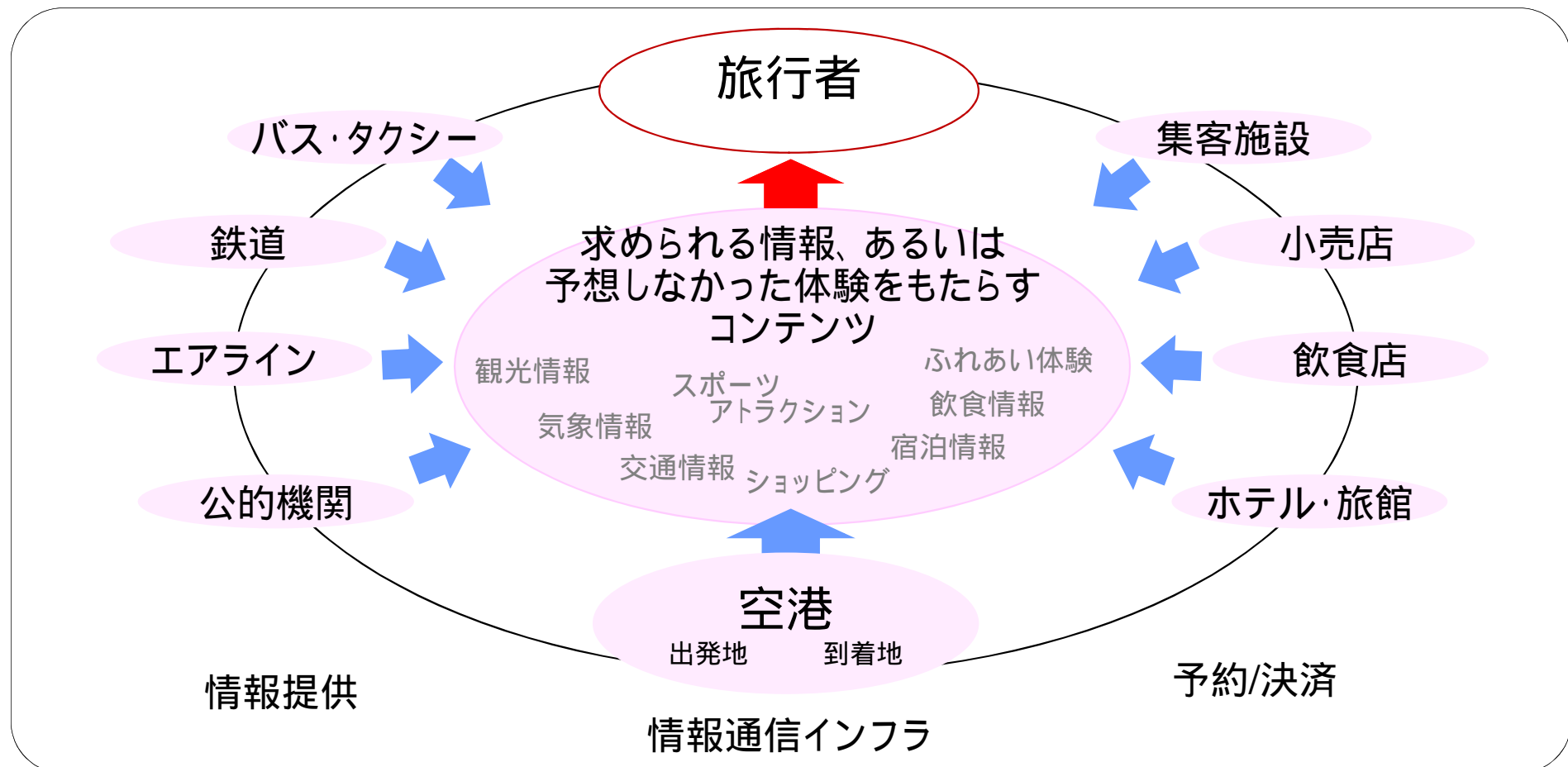
目的地空港

滞在・訪問先

- 空港は、特定の目的地をもつ旅客が集まる場であり、本来その地域についての強い情報発信力を有する
- 出発地と目的地、空港どうしの連携で発信力はさらに高まる

旅行者のための「ゆるやかな統合」

- 空港は、そのシステムを通じて旅客の動向を的確に把握し、地域の事業者と共に、より快適な旅行体験を提供することができる
- 各々が業務のための仕組み、集客のための情報として持っているものを結びつけ、「旅行者を中心とする仕組み」に統合(インテグレーション)することが、空港と地域の発展につながる



ご参考：会社概要



- 会社名 日本ユニシス株式会社 **Nihon Unisys, Ltd.**
- 事業内容 クラウドコンピューティングやアウトソーシングなどのサービス、コンピュータシステムやネットワークシステムの販売・賃貸、ソフトウェアの開発・販売および各種システム関連サービス
- 所在地 東北支店：仙台市青葉区一番町**4-1-25**東二番丁スクエア
本社：東京都江東区豊洲**1-1-1**
ほか全国**8**支社店、グループ**24**社
- 代表者 代表取締役社長 黒川 茂
- 設立 **1958**年(昭和**33**年)**3**月 (日本レミントンユニバックとして)
- 資本金 **54億8,317**万円 (東証一部上場: 証券コード8056)
- 株主 **12,515**名 大日本印刷株式会社、三井物産株式会社など (2013年3月31日現在)
- 従業員数 グループ **8,820**名(単体 **4,212**名) (2013年3月31日現在)
- 売上高 連結 **2,691.17**億円(単体 **1,713.79**億円) (2013年3月期)

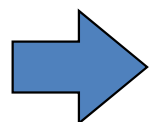


<http://www.unisys.co.jp/com/>

ご参考：地域活性化への取り組み

ICT企業としての特徴を活かして活動

- 「ヒト・モノ・カネ・情報の流動」をサポート
 - 運輸・交通のためのソリューション
 - 地域資源と市場のマッチング
- 安心して地域で暮らすための社会基盤
 - 医療情報基盤
 - 災害対策
- 地域金融機関などとの協働



地域における「価値の創出」

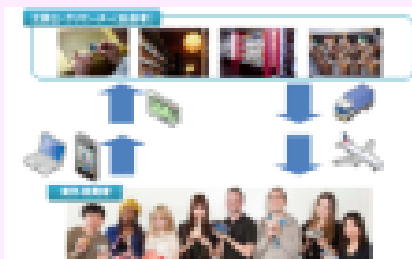
<http://www.unisys.co.jp/csr/>



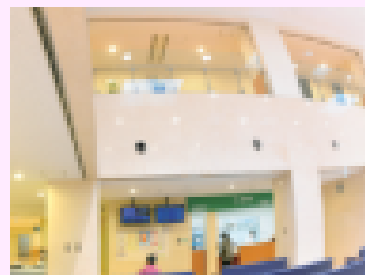
クラウド型タクシー配車システム
Smartaxi



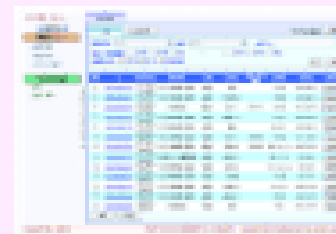
電気自動車/PHEV
充電インフラサービス
smart oasis®



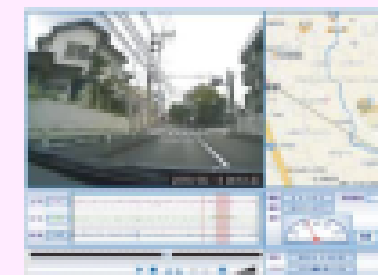
ALEXCIIOUS
「日本の優れたモノ」の海外販路拡大



地域医療連携システム



防災情報サービス
SAVEaid



無事故プログラムDR®
サービス