

観光立国2020

2015年2月27日
Hello, Future!



観光立国推進PT2020

目次

1. はじめに～本提言の目的・趣旨	2
2. エグゼクティブサマリー	4
3. 目指すべき姿・KPI	7
4. プロジェクトの概要	11
(1) 全体像	
(2) PHASE1のプロジェクトの概要	
(3) PHASE2のプロジェクトの概要	
(4) PHASE3のプロジェクトの概要	
5. 国の対応が期待される事項	17
6. PHASE1の10プロジェクトの詳細	20
7. PHASE2の30プロジェクトの詳細	31
8. PHASE3の3プロジェクトの詳細	74
9. 本提言の検討体制及び検討日程等	79

1. はじめに

～本提言の目的・趣旨

1. はじめに～本提言の目的・趣旨

本提言は、下記の目的・趣旨に基づき、当連盟の「観光立国推進PT2020」のメンバー及び同PTのWGの議論を経てとりまとめられたものである。

- 日本には、豊かな自然・独自の文化が残っており、高いホスピタリティを有するなど、世界の中でも観光大国となるポテンシャルを有する。
少子高齢化といった課題に世界でいち早く直面する日本では、観光立国を目指すこと
で経済成長を図っていくことは喫緊の課題である。
- 2020年に開催されるオリンピック・パラリンピックは、日本の良さを世界に発信するとともに、日本を観光立国とする絶好の機会である。
- 新経済連盟では、経済団体の立場から、2020年のオリンピック・パラリンピックをひとつの契機とした観光立国への道筋とKPI、官民が協力して行う具体的なプロジェクト、国の対応が期待される事項などを提案することとする。
- 今後、政府や東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会(TOCOG)等における各種検討(「観光立国アクションプログラム」改訂や同大会に向けた実施計画策定等各種準備のための検討等)の参考にしていただき反映いただくことを期待するものである。また、当連盟での検討の進捗等も踏まえ、必要に応じ、追加提言をしていく。

2. エグゼクティブサマリー

2. エグゼクティブサマリー①

観光立国の 目標①

2020年の東京オリンピック・パラリンピックを過去最高のものにすること

KPI

訪日外国人にとっての「壁」(言語・文化、通信、認証・決済)を2020年を待たずに解消

観光立国の 目標②

オリンピック・パラリンピックをきっかけに訪日リピーターを増加させるため、日本を外国人が来たいと思う国にし、真の観光立国の実現に貢献すること

KPI

2030年までに以下を実現
・年間訪日外国人人数 1億人
・訪日外国人年間旅行消費額 30兆円

2. エグゼクティブサマリー②

具体的なプロジェクト

提言で提案した観光立国の目標とKPIの達成のために、官民連携で実施すべき**44のプロジェクトを提案**

PHASE 1

訪日プロモーション強化 & 外国人が来たいと思う国にするための施策 10のプロジェクト

(日本文化を伝えるキャラバン隊の設置、日本政府CMO設置、訪日外国人サポーター制度、国民の英語能力向上・一人一語運動、ビザ緩和、LCC活用等)

PHASE 2

2020年の大会を過去最高のものにするための事前準備と期間中の対応 31のプロジェクト

(無料Wi-Fi、SIMカード自販機提供等による通信環境整備、各種端末(NFC機能、AR機能等)、デジタルサイネージの設置等による情報提供インフラ環境整備、MVNO促進・スマホ決済促進、多言語による統一基準表示の促進、ボランティアやコンタクトセンター等による個別アシスト、外国人観光客のナイトライフ受け皿整備、一時的な首都機能移転やワークスタイル変革検討等)

PHASE 3

2020年大会後の観光立国実現フォロー 3のプロジェクト

(データ収集分析、継続的な情報プラットフォーム、訪日促進キャンペーン)

3. 目指すべき姿・KPI

3. 目指すべき姿・KPI①

目標1

**2020年の東京オリンピック・パラリンピックを
過去最高のものにする**

目標2

**オリンピック・パラリンピックをきっかけに
訪日リピーターを増加させるため、
日本を外国人が来たいと思う国にし、
真の観光立国の実現に貢献すること**

3. 目指すべき姿・KPI②

目標1

2020年の東京オリンピック・パラリンピックを過去最高のものにする

→ 訪日外国人にとっての「壁」を2020年を待たずに解消する

項目	KPI	現状
通信・認証インフラ環境整備 (<u>通信・認証の壁解消</u>)	<u>主要施設ではいつでもどこでも簡単に早く無料Wi-Fiが使える</u>	無料Wi-Fiが整備されていない又は使いにくい
情報提供インフラ環境整備 (<u>言語の壁解消</u>)	日本の情報の <u>多言語での発信、総合的な情報案内機能</u> を整備する	訪日外国人が分かる総合的な各種情報が不足している
個別コミュニケーションサポート整備(<u>言語・文化の壁解消</u>)	大会期間中対応できる <u>ボランティアを500万人整備し、国民参加型にする</u>	現状、限られた通訳案内士等がいるだけである
施設・設備利用サポート整備 (<u>言語・文化・決済の壁解消</u>)	<u>アプリ等を利用した多言語表示の実施、スマホ等を使ったキャッシュレス決済が主要施設のどこでもできる</u>	施設・設備の案内が多言語での統一基準による表示がされていない、カード等が使えないところが多い

3. 目指すべき姿・KPI③

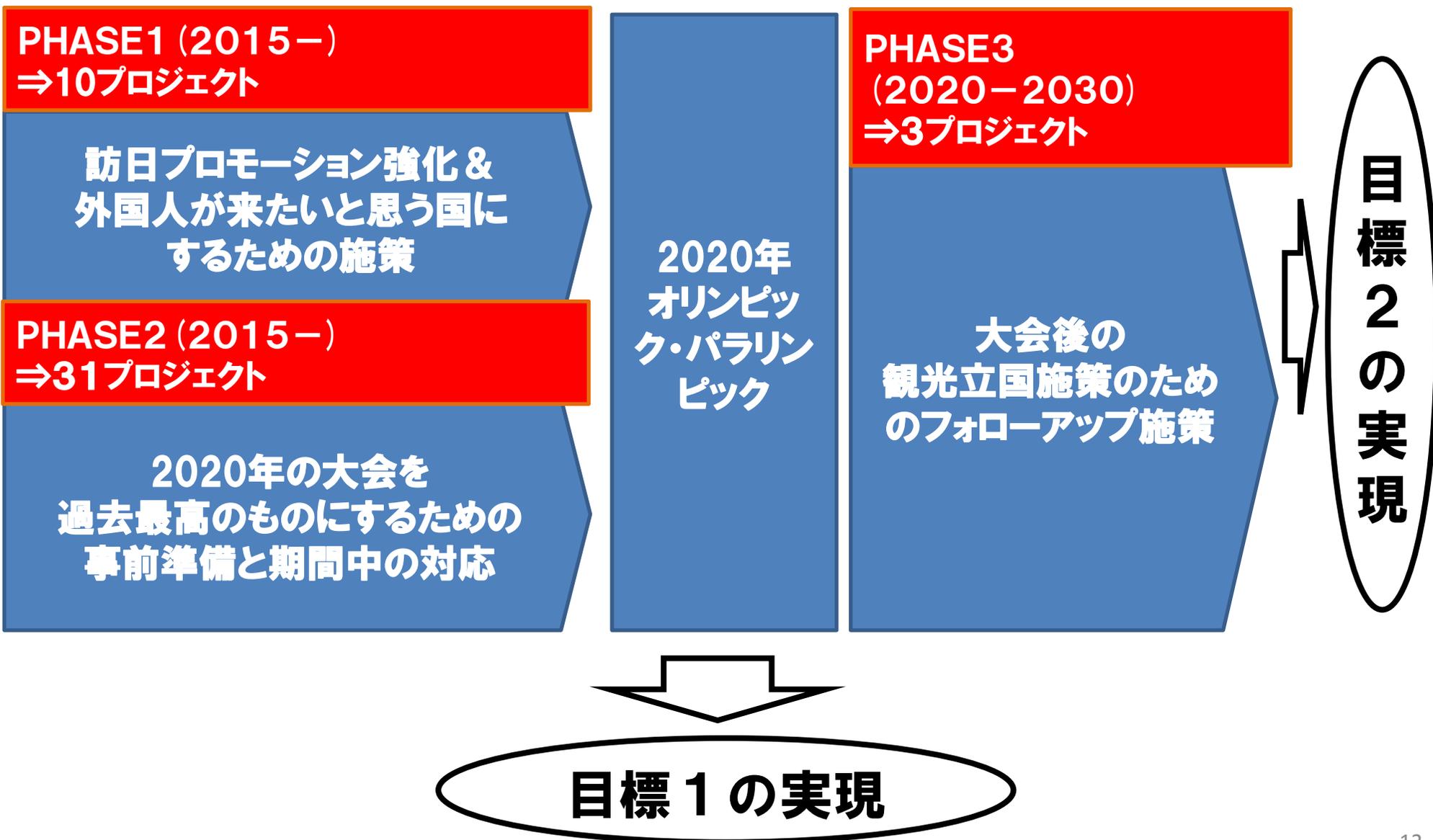
目標2

オリンピック・パラリンピックをきっかけに訪日リピーターを増加させるため、日本を外国人が来たいと思う国にし、真の観光立国の実現に貢献すること

項目	KPI	現状 (2014年)
年間訪日外国人数	2030年までに 1億人	1,341万人
訪日外国人の 年間旅行消費額	2030年までに 30兆円	2兆305億円

4. プロジェクトの概要

4. (1)全体像



4. (2) PHASE1のプロジェクトの概要

目標を達成するために、下記10プロジェクトの実施を提案する。これにより、外国人にとって日本にきてみたいと思われる魅力ある国に変革させる。実施に当たって、必要な制度整備等を行うことが重要。

項目	具体的施策
日本の魅力発信	①日本の食事・文化・技術等の魅力を伝える キャラバン隊 の設置
	②外国人VIPやインフルエンサーを 日本ファン に
	③民間人から、 日本政府CMO (チーフマーケティングオフィサー) を採用し、大幅な権限を付与
国民の参加意識の醸成・意識改革	④ 訪日外国人サポーター制度 の創設
	⑤日本の魅力再発見「 Japan Surprise 」 キャンペーン の実施
	⑥ 訪日外国人と交流する「トキワ荘」 の創設
	⑦ 日本人の外国語能力の向上・一人一語運動
訪日外国人の日本往訪の容易化	⑧ ビザ発給要件緩和 国の拡大及び要件の更なる緩和
	⑨日本にいつでも安くこれる環境の整備 (LCC導入支援・ビジネスジェット拡充 等)
	⑩ 首都圏を中心とした空港機能の拡充

4. (3) PHASE2のプロジェクトの概要①

目標を達成するために、訪日外国人の行動場面に沿って、下記30プロジェクトの実施を提案する。実施に当たって、必要な技術開発、規制改革、制度整備等を行うことが重要。

項目	到着前	入国・滞在時	会場移動・観戦時
通信・認証インフラ環境整備	—	<ul style="list-style-type: none"> ①使い勝手のいい無料Wi-Fi整備 ②スマホ等による簡便な個人認証・決済 ③持ち込み携帯端末の利用容易化 	—
情報提供インフラ環境整備	④“Visit Japan” Social Website	<ul style="list-style-type: none"> ⑤多言語での統一基準表示の促進 ⑥“How to stay in Japan”動画 ⑦おもてなしBOXの配布 ⑧AR等を活用した情報提供アプリ ⑨経路情報の自動案内 ⑩駅構内まるごとナビゲーションシステム 	⑪試合会場誘導サポートシステム

4. (3) PHASE2のプロジェクトの概要②

項目	到着前	入国・滞在時	会場移動・観戦時
個別コミュニケーションサポート整備	—	⑫各国別サポーター制度”Welcome Home Project” ⑬多言語対応コンタクトセンター ⑭どこからでもアシストボランティア／おもてなし交流マッチング ⑮グローバルコールセンターネットワーク	—
施設・設備利用サポート整備	⑯空き部屋仲介サービス提供	⑰どこでもラクラク、快適なタクシーサービス ⑱訪日外国人も考慮した医療体制の再構築 ⑲らくらく商品・サービス内容表示 ⑳イベントスペースナビゲーションシステム ㉑らくらく買い物支援システム ㉒スマホ等による簡便な個人認証・決済	㉓サイバーテロ対策 ㉔スムーズ観戦支援システム
エンターテインメントの整備		㉓宿泊施設等での日本コンテンツ配信 ㉔日本一周・世界一周臨場体験 ㉑ナイトライフ観光の受け皿整備	㉒データテインメント ㉓記念ピンバッジ交換によるリピーター確保 ㉔Japan Journey Project
制度社会変革	・滞在中の都内混雑の緩和等のため、 ⑳一時的な首都機能の移転の検討 ㉑ワークスタイルの変革		

4. (4) PHASE3のプロジェクトの概要

大会終了後も再訪してもらえるように、下記3プロジェクトの実施を提案する。これにより、プッシュ型のアプローチを実践する。

項目	具体的施策
訪日外国人の 動向分析と プッシュ型情報発信	①訪日外国人の期間中の動向分析とそれを踏まえたマーケティング手法の検討
	②日本の魅力を継続的に発信する情報プラットフォームの構築
	③再訪日促進キャンペーンの世界的展開

5. 国の対応が期待される事項

5. 国の対応が期待される事項①

【政府の方針決定・オールジャパンによる体制整備】

- ・観光立国に向けた新たなKPIを政府方針として位置づけ
- ・日本政府CMOの設置とCMOをトップとする各種キャンペーンの戦略的な実施(フェスティバル等との連携を含む)
- ・国民参加型イベントの開催と意識改革(ボランティアの組織化、サポータ制度の検討を含む)
- ・一時的な首都機能の移転の検討
- ・大会期間中のワークスタイル変革の方針の決定
- ・訪日外国人の来訪容易化(LCC促進、首都圏空港機能拡充、横田基地民間供用等)

【規制改革】

- ・空き部屋仲介サービス実現のための規制改革、風営法改正
- ・海外で認証取得済みの携帯端末の技術基準適合制度の柔軟対応
- ・パーソナルデータ利用の促進
- ・MVNO促進に向けたアンバンドル推進など競争環境整備、規制緩和
- ・ビザ発給要件見直し

5. 国の対応が期待される事項②

【システム整備】

- ・無料Wi-Fi整備、公共施設での読み取り端末の設定等

【技術開発】

- ・人体認識、データ解析、推測技術の高度化に向けた技術開発

【その他政府等による施策の推進】

- ・政府等によるオープンデータの推進
- ・デジタルコンテンツの権利処理の弾力化
- ・テレワークの推進のための環境整備
- ・キャッシュレス決済の普及促進に向けた環境整備
- ・訪日外国人も考慮した日本全体の医療体制再構築に向けた検討
- ・日本人の外国語能力の向上に向けた環境整備

6. PHASE1の10プロジェクト の詳細

プロジェクト①:

日本の食事・文化・技術等の魅力を伝えるキャラバン隊

場面	■海外の外国人が日本の魅力を知る
対応課題	■外国人にとっては、日本の食事・文化・技術等の魅力を十分に理解する機会がない →オリンピック・パラリンピックで注目を集めていることを利用してアピールする絶好の機会(プッシュ型アプローチが必要)
具体施策	■日本の食事・文化・技術等の魅力をパッケージで伝えるキャラバン隊を世界中の主要国・主要都市で展開
実施者	■在外大使館、JNTO等政府機関 ■民間企業有志、NPO法人等
要望事項	■在外大使館、JNTO、民間企業等によるオールジャパン体制の構築

プロジェクト②:外国人VIPやインフルエンサーを日本ファンに

場面	■海外の外国人が日本の魅力を知る
対応課題	■外国人にとっては、日本の食事・文化等の魅力を十分に理解する機会がない →オリンピック・パラリンピックで注目を集めていることを利用してアピールする絶好の機会(プッシュ型のアプローチが必要)
具体施策	■各国のVIP、インフルエンサー、マスコミをリストアップし、彼らを招いた懇親会等を定例的に開催し、トップレベルで日本の魅力をアピール。 ■海外でのメディア露出度をKPIとして定点観測し、施策を強化
実施者	■在外公館、JNTO等が主催 ■総理ほか閣僚等によるトップセールス+民間企業経営者層有志がジョイン
要望事項	■在外大使館、JNTO、民間企業等によるオールジャパン体制の構築

プロジェクト③: 日本政府CMOの設置

場面	■ 海外の外国人が日本の魅力を知る
対応課題	■ 諸外国へ日本の魅力を発信する戦略的な司令塔が不在 ■ 民間のマーケティングの手法の横展開が不足
具体施策	■ 日本政府CMO(チーフマーケティングオフィサー)の設置と関係省庁への指揮命令権限を付与 ■ CMO及びCMOを支える事務局に、民間人を多数登用。
実施者	■ 新たに設置されるCMOとCMOの事務局
要望事項	■ 政府によるCMO設置と権限付与のための法的整備

プロジェクト④：訪日外国人サポーター制度の創設

場面	<ul style="list-style-type: none">■ 海外の外国人が日本の魅力を知る■ 来日した際に日本人と交流する
対応課題	<ul style="list-style-type: none">■ 諸外国からの訪問者を国民全員が参加意識を持っておもてなしするという意識改革
具体施策	<ul style="list-style-type: none">■ 希望する国民それぞれが自分の能力や嗜好等、おもてなしに役立つものをあらかじめ登録■ あらかじめ登録した国民を中心にSNS等も積極活用しながら、訪日外国人の個別サポートをする。
実施者	<ul style="list-style-type: none">■ 制度運営は、国、地方公共団体、NPO法人等■ 登録は、希望する国民
要望事項	<ul style="list-style-type: none">■ 政府・地方公共団体による制度創設■ オールジャパン体制による国民運動の実施

プロジェクト⑤:

日本の魅力再発見「Japan Surprise」キャンペーンの実施

場面	<ul style="list-style-type: none">■ 海外の外国人が日本の魅力を知る■ 来日した際に日本人と交流する
対応課題	<ul style="list-style-type: none">■ 諸外国からの訪問者を国民全員が参加意識を持っておもてなしするという意識改革
具体施策	<ul style="list-style-type: none">■ 日本国民が、外国人になったつもりで自分の地域の魅力を発見し、それを登録する■ 登録された観光資源をネット等を有効活用して、諸外国に発信する
実施者	<ul style="list-style-type: none">■ 制度運営は、国、地方公共団体、NPO法人、民間企業等■ 発見した観光資源の登録は、国民
要望事項	<ul style="list-style-type: none">■ 政府・地方公共団体による制度創設■ オールジャパン体制による国民運動の実施

プロジェクト⑥: 訪日外国人と交流する「トキワ荘」の創設

場面	■ 来日した際に日本人と交流する
対応課題	■ 諸外国からの訪問者を国民全員が参加意識を持っておもてなしするという意識改革
具体施策	■ 遊休資産を借り上げ、日本人クリエイター等が住んだり仕事をする場所を作り、そこに訪日外国人も滞在・宿泊させることで、異文化交流を図る。
実施者	■ 制度運営は、国、地方公共団体、NPO法人、民間企業等
要望事項	■ 政府・地方公共団体による制度創設 ■ 必要に応じ、旅館業、不動産賃貸に係る法制度の解釈の明確化など法環境の整備

プロジェクト⑦: 日本人の外国語能力の向上・一人一語運動

場面	■ 来日した際に日本人と交流する
対応課題	■ 諸外国からの訪問者を国民全員が参加意識を持っておもてなしするという意識改革(英語等外国語が苦手であるという意識の払拭)
具体施策	■ 英語教育の早期化 ■ 大学入学試験として、TOEFLなどの外部試験を導入する ■ 外国語を活用した仕事の拡充 ■ 国民一人一人が外国語の自発的習得を行う国民運動の実施(一人一語運動)
実施者	■ 政府(文部科学省)、官民の教育機関、TOCOG
要望事項	■ 上記施策の実現に向けた各議論の加速化など着実な取り組みの確保 ■ プロジェクト④と連動した国民運動の実施

プロジェクト⑧:ビザ発給要件緩和国の拡大及び要件の更なる緩和

場面	■ 海外の外国人が日本に来る
対応課題	■ 訪日外国人の日本往訪の容易化
具体施策	■ ビザ発給要件の緩和国の更なる拡大 ■ ビザ発給要件の更なる緩和の推進
実施者	■ 政府(法務省)
要望事項	■ ビザ発給要件の見直し

プロジェクト⑨: 日本にいつでも安くこれる環境の整備

場面	■ 海外の外国人が日本に来る
対応課題	■ 訪日外国人の日本往訪の容易化(観光客、ビジネス客が低廉で利便性の高い条件で来訪しやすくする)と地方創生
具体施策	■ LCC導入支援(発着枠の確保、専用ターミナルの整備その他就航誘致支援等)による地方創生の実現 ■ ビジネスジェット拡充(対応するための空港機能拡充、発着枠の確保等)
実施者	■ 政府(国土交通省)
要望事項	■ 発着枠配分政策の見直し、空港機能の整備その他LCC・ビジネスジェット支援方策等

プロジェクト⑩:首都圏を中心とした空港機能の拡充

場面	■ 海外の外国人が日本に来る
対応課題	■ 訪日外国人の日本往訪の容易化
具体施策	■ 首都圏空港の発着枠の拡大 ■ 地方空港の整備 ■ 横田基地の民間供用化の検討
実施者	■ 政府(国土交通省)
要望事項	■ 上記施策の推進に向けた関係者との調整など必要な環境整備の強力な推進

7. PHASE2の30プロジェクト の詳細

プロジェクト①： 使い勝手のいい無料Wi-Fiの整備

場面	■入国してすぐに自分の携帯端末等をネットワークに接続
対応課題	■安心・安全な無料Wi-Fiの提供 →入国後、すぐにネットワークが利用できる環境を提供することで、訪日外国人に向けて、日本の状況をいち早く情報発信することが可能に ■観光を絡めた地方創生の起爆剤として、Wi-Fi基盤には潜在力があるにもかかわらず生かしきれていない
具体施策	■2020年に向けた整備に関するKPIの設定 ■公共施設、観戦施設、観光拠点、大規模集客施設等での無料Wi-Fi整備
実施者	■公共機関、各種施設オーナーなど
要望事項	■オールジャパンでの整備推進体制の構築、関係者間の連携

プロジェクト①のイメージ(1)



- SNS認証サービス（Facebook、Google、twitter、Yahoo!IDなど）に対応しているWi-Fiへワンクリックで利用可能に
- 安心・安全なWi-Fi環境を無料で提供

入国後、すぐにネットワークが利用できる環境を提供することで、日本の状況をいち早く情報発信が可能に。安心・安全な無料のWi-Fiを提供。

プロジェクト①のイメージ(2)



- 新幹線のチケットもWi-Fiから購入
- 新幹線の中でも、無料のWi-Fiに接続
- 地方都市でもWi-Fi環境が整備、SNS認証サービスで簡単に接続
- ウェアラブル端末で会場まで誘導

Wi-Fi化を新たなインフラとして整備することで、東京に来た外国人観光客を地方へ誘導。地方の観光産業の活性化へ。ウェアラブル端末との親和性。

プロジェクト②:スマホ等による簡便な個人認証・決済ー①

場面	■日本に滞在中、観戦中
対応課題	■身分証明や観戦チケットの提示など複数発生する煩わしさ ■決済が簡便にできない
具体施策	■パスポート、NFC(現地通貨チャージ)、観戦チケット情報、宿泊施設情報などを管理するスマホ、ウェアラブル端末等の情報携帯端末を活用 (1)上記情報(&現地通貨入金)を、インターネットからの事前登録で情報端末へ、インプット (2)①滞在中の入国 ②免税店(買い物) ③競技場(チケット、買い物) ④宿泊施設でのチェックイン時に端末から情報をアウトプット (3)スマホを活用したカード決済の利用促進
実施者	■メーカー:生体情報ICチップ完備 NFC機能、宿泊情報(Webサイトとの連携)の完備、情報端末開発 ■店舗:NFC対応機器完備、スマホ決済対応 ■販促/広告:端末の認知/普及活動 →既成商品のカスタマイズ対応
要望事項	■パスポート電子化の推進、生体情報の登録の推進 ■政府によるキャッシュレス決済推進の基本方針策定と機運醸成

プロジェクト②:スマホ等による簡便な個人認証・決済-②

場面	■日本に滞在中、観戦中
対応課題	■乱雑する通信環境の整備及び日本おもてなし体験のタッチングポイント創出
具体施策	<p>■訪日外国人向けスマホ端末提供(無償提供含む) →訪日する外国人の目的別にパーソナライズされた携帯端末の提供</p> <p>(1) 端末/通信はMVNO事業者と協同し開発 (2) 導入プリインアプリケーションを目的別に導入 Ex. ショッピングに特化(お得エリア、最新電子機器比較アプリのプリインなど)、 文化体験に特化(寺、茶道、華道などの体験可能エリアなど)</p> <p>(3) 基礎機能はNFC機能・インターネット・通話</p> <p>※無料Wi-Fiは整備されるが端末ごと提供(無償レンタル配布等)することにより、タッチングポイントを保持し短期間の間でもユーザー体験を向上させていく。</p>
実施者	■携帯キャリア、MVNO、アプリ事業者等
要望事項	■SIMロック解除、アンバンドル促進等適切な競争政策の推進によるMVNOの促進

プロジェクト③:持ち込み携帯端末の利用容易化

場面	■外国人がいつものようにスマホを使って、日本のいろんな施設・会場に行く
対応課題	■持ち込んだスマホが使えない ■自国で使い慣れているサービスが日本で使えない(自国言語情報が少ない)
具体施策	■旅行者用プリペイドSIM販売がされ始め、SIMロック解除も行われる予定。2020年にはSIM交換不要でキャリア変更もできることも予想され、ここにリーズナブルな通信プランを提供する。 ■海外で認証済み端末について技術基準適合認証・認定制度を柔軟対応する。 ■Google Map、Trip Adviser、Open Table、Yelpなど海外のトップシェアサービスに日本の店舗情報を英語で登録する。
実施者	■民間事業者による、プリペイドSIMカード自販機の設置拡大、格安通信サービスの提供拡大など
要望事項	■上記サービスの提供を促進するための環境整備 ■海外で認証済みの端末に関する技適制度に関する柔軟化等の制度整備

プロジェクト④：“Visit Japan” Social Website

場面	■ 海外の者がオリンピック・パラリンピックが開催される日本のことを知りたい
対応課題	■ 東京や日本の旬、口コミでのお薦め等を知りたい、というニーズに応える
具体施策	■ みんなでつくる日本紹介サイトを開設 ■ 東京や地方のおすすめスポット、楽しい過ごし方等を日本国民が書き込んで紹介。 ■ 世界中の人々の質問、疑問などに応えるサイト上で交流できる仕組みを構築。 ■ 東京のみならず、地方への観光客誘致へつなげる。
実施者	■ 政府・TOCOG等が設置。API公開。 ■ 一般国民が書き込み
要望事項	■ 政府等によるオープンデータの推進

プロジェクト⑤:多言語での統一基準による表示の促進

場面	■滞在中全般
対応課題	■各種施設・サービスの案内表示、標識等が日本語対応しかしていない ■多言語表示対応があっても、書き方がばらばら
具体施策	■書き方の標準を定め、それに沿った多言語での案内表示、標識等を整備
実施者	■官公庁、施設・サービス事業者が対応
要望事項	■政府、東京都、民間事業者等からなる「多言語対応協議会」を通じた基本方針の決定とそれに沿った関係者の対応状況の進捗のフォローアップとその結果の公表

プロジェクト⑥：“How to stay in Japan”動画

場面	■ 入国→移動→競技→滞在→帰国全て
対応課題	■ 初めての訪日の場合、生活至る所で母国との違いに悪戦苦闘
具体施策	■ ハウツー動画シリーズ「How to stay in Japan」の提供 (1) 初めて日本に滞在する場合の様々なハウツーをわかりやすく説明する動画を各種動画サイトだけでなく、旅行会社・航空会社のWebサイト、入国後に使用する携帯端末やWi-Fiのスタート画面等から簡単にアクセスできる状況にする。 (2) 食(作法)を求められるスポット、交通機関などにNFC読み取り端末を設備しておき、かざせば自身のスマホで、ハウツー動画にアクセスできるようにしておく。
実施者	■ 政府等公共機関が民間と連携して対応
要望事項	■ コンテンツの制作 ■ 公共施設・民間施設でのNFC読み取り端末の設置促進支援

プロジェクト⑦:おもてなしBOXの配布

場面	■滞在中のコンシェルジュ機能&リピーター開拓
対応課題	■きめ細かい街中での多言語サポートが困難(ボランティアや市民等の対応だけでは限界) ■場所やシーンに応じたガイダンスが必要
具体施策	■おもてなしBOXを入国時に、事前登録者に対して、配布 (1)自動翻訳、音声合成 (2)G空間位置情報、地図サービス(屋内外)、経路案内(駅舎内) (3)チケット、クーポン (4)可能であればデバイス又はアプリで配布 (5)ユニバーサル対応 (6)有事の情報配信収集端末(避難経路、安否確認、他)
実施者	■デバイスメーカー、アプリケーションベンダー等
要望	■準天頂衛星の精度の高い位置情報の取得、マシン間通信技術の確立 ■幅広い民間企業間の連携(自動車周辺メーカーとのコラボ等)の促進支援

プロジェクト⑧:AR等を活用した情報提供アプリ

場面	■滞在中
対応課題	■ニーズの違いへの的確に対応する (1)文化体験 (2)ショッピング
具体施策	■文化体験対応 →場所/作法など不明点を多言語対応する仕組みはない。現在の居場所から、最も近い体験できるところをレコメンドしたり、その内容をARで母国語で説明する。 また、歴史的な街であれば、美術館のように音声ガイドのようなアプリで、ARなどを使って、過去の様子を再現し、実際に理解してもらう。 ■ショッピング対応 →日本製の高級商品の購入において、価格比較の利便性を向上させる。アプリケーションで現在の居場所から、周辺のキャンペーンの情報提供又は地図上で価格比較アプリを提供する。
実施者	■民間アプリ事業者等が提供
要望事項	■政府・公共機関によるオープンデータの促進

プロジェクト⑨:経路情報の自動案内

場面	■目的地にどのように行けば良いか分からない
対応課題	■案内表示が理解できない・乗り換えが複雑 ■特に、複雑な日本の地下鉄乗り換え(特にご年配の方)への対応が問題
具体施策	■乗り換え案内サービスとGPS機能を連動させ目的地へ誘導、推奨ルートから外れた場合はガイダンスを流す。日本語表示や説明を写真で取り込むと母国語に翻訳するアプリの開発 ■乗り換え案内言語対応(健常者)/AR対応(視覚案内)/音声対応(聴覚案内) →バイリンガル対応に留まらず、聴覚や視覚に難のある方向けの案内方式を各路線に導入。
実施者	■民間アプリ事業者等が開発
要望事項	■公共施設管理者、交通事業者等によるオープンデータ提供

プロジェクト⑩：

誰にでも分かりやすい！駅構内をまるごとナビゲーションシステム-①

場面	<p>■鉄道や地下鉄の駅での乗車前や乗換時 (訪日外国人等に、行くべきホーム、乗り換えるホームの方向、指定席に乗るための乗車位置等の情報をホームや構内に設置した小型サイネージで示してくれる。また、無線LANでスマホに対し、自動でお知らせ。)</p>
対応課題	<p>■東京など都会の鉄道、地下鉄の路線が複雑であり、切符の購入、乗換等が困難。また、方法を聞いても、英語が通じない。</p> <p>■ターゲットユーザ： ①訪日外国人、②乗り換える電車やホームをすぐ知りたい移動中のサラリーマン、③不慣れた土地に来た高齢者。</p>
具体施策	<p>■駅の入口などに設置した小さなキオスク端末にICカード、切符、端末をかざすと、次のような乗客を誘導する情報を端末上に、多言語かつ、矢印などビジュアルで示す。 ①何番線のホームに行くべきか ②乗る電車は今いるホームで合っているか ③指定席ならどの位置にいればよいか ④乗り換えるためにどちらに行ったらよいか ⑤電車の遅延情報 ⑥遅延時のリアルタイムの振替経路、⑦乗換に便利な乗車位置 等</p> <p>■キオスク端末はサイネージとして広告や駅ナカの店舗のクーポン、ポイントも配信(ICカード又はスマホをかざすとクーポンやポイントも受け取ることができる) (サイネージへの配信は無線LAN、端末の読み取りはNFC、iBeacon、無線LANを利用)</p> <p>■これらの情報は、構内に整備した無線LAN経由でも位置情報と連携して利用者の端末に自動配信する。また、位置情報と連携しなくても、プルで情報取得可能とする。 ※目的地の設定方法：①プリペイドのICカードで切符を買う(ICカードに目的地が記録)、②切符を買わずICカードを自動改札で利用する際は後からスマホでICカードに目的地を書き込む、③ICカードと関係なくスマホに直接行先を入力</p>

プロジェクト⑩： 誰にでも分かりやすい！駅構内をまるごとナビゲーションシステム-②

実施者	<p>■実施主体者：JR、私鉄各社、東京メトロ(地下鉄)、駅ビルや駅ナカ店舗の管理者</p> <p>導入時期：すでに多くの外国人が困っている現状があり、すぐの導入が求められる</p>
要望事項	<p>■駅ナカの商業施設における購買履歴等の購買データは駅ビル事業者、乗降履歴のデータは鉄道事業者が保有していることから、乗降履歴に応じてクーポンや店舗情報を配信する場合は、それらのパーソナルデータの取扱いについて必要に応じ整理が必要。</p> <p>■乗降履歴データと駅ナカの商業施設の購買履歴データ、位置情報や運行情報等の複数のDB、複数の事業者間をまたがるデータ間連携が必要であり、更に、無線や有線、スマホ、サイネージ等多様な手段や端末で配信することから、必要に応じ技術的な実証実験を実施。</p>

プロジェクト⑪：試合会場誘導サポートシステム

場面	■移動中・観戦中
対応課題	■ラッシュ時の移動は危険やストレスを伴い、交通機関や駅の混雑が予想される ■切符の買い方が困難 ■会場間の移動方法・最適なルートがわかりにくい →最適なルートによるスムーズでストレスの無い移動を実現し観戦を楽しめるようにする
具体施策	■オリンピック全体のポータルサイトを提供 ■デジタル・サイネージを活用して情報提供 ■GPSを利用し携帯端末・ウェアラブル端末に観光も兼ねたお奨めルートを提案 ■街の人流をデータ解析、デジタル・サイネージを利用して最適な流れに誘導 ■観戦予定を基に自分に最適なタイムテーブル/ルートを組めるアプリを提供 ■会場内、移動手段、病院、店舗(ドラッグストア、コンビニ等)等の情報を提供する、ナビゲーションサービスの実現 ■観戦中のゲームや選手情報を携帯端末・ウェアラブル端末に表示 ■特に、パラリンピックのゲーム、選手情報についてもオリンピック前から長期で特集(日本国内でまず普及させる)
実施者	■東京都、TOCOG、民間事業者
要望	■人体認識、データ解析、推測技術の高度化に向けた技術開発等

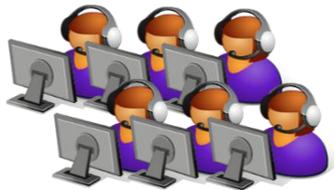
プロジェクト⑫ 各国別サポーター制度“Welcome Home Project”

場面	■ 滞在中
対応課題	■ 初めて日本を訪れる外国人旅行者は、生活習慣、商習慣、食習慣にとまどうことが多い → 快適な滞在を実現し、リピーターとなってもらえるようにする
具体施策	■ “Welcome Home Project” (1) 各国ごとのサポーター制度を設け、全参加国の中でどの国を応援するかを登録、期間中に国別のイベントを開催したり、情報提供を行ったりする。その国の国旗が入ったサポーターIDを見えるようにし、街中でもマッチングできるようにする。 「おもてなし」の心で、我が家にいるようにくつろいでもらうことを目的とする (2) 外国人旅行者が必要となる設備（宿泊施設、ゴミ分別廃棄場所、トイレなど）を拡充し、携帯端末に、近くのそれら設備情報を提供
実施者	■ 政府・自治体・TOCOG・NPO等
要望事項	■ ボランティアの組織化、政府による「ホストシティ・タウン構想」との連携 ■ マッチング手法の開発

プロジェクト⑬:多言語対応コンタクトセンター

場面	■滞在中のコミュニケーションサポート
対応課題	■きめ細かい街中での多言語サポートが困難(ボランティア、市民等の対応だけでは対応に限界) ■場所やシーンに応じたガイダンスが必要
具体施策	■システム対応 (1)音声認識 (2)自動翻訳 (3)音声合成 ■人的対応 (1)三者間通話 (2)ハイタッチコミュニケーション、手話対応
実施者	■民間事業者
要望事項	■サポート人材確保のためのテレワーク促進の仕組みの整備

3者間通話による同時通訳型の多言語サポート



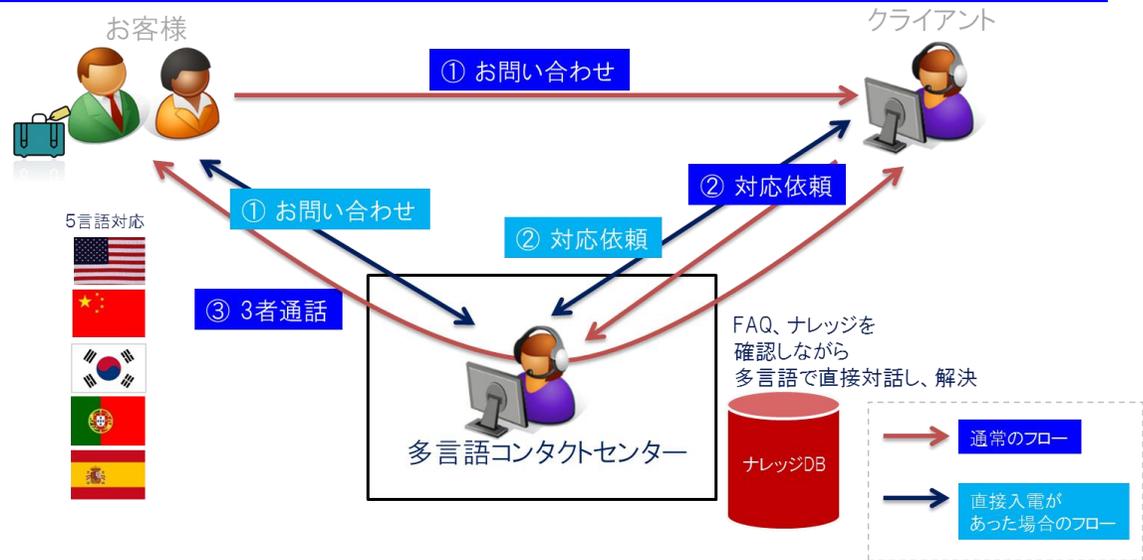
3者間通話による同時通訳型のコンタクトセンターの活用

(利用者とサービス提供者の間に入り、円滑なコミュニケーションを支援するソリューション)

多言語コンタクトセンターサービスの特徴



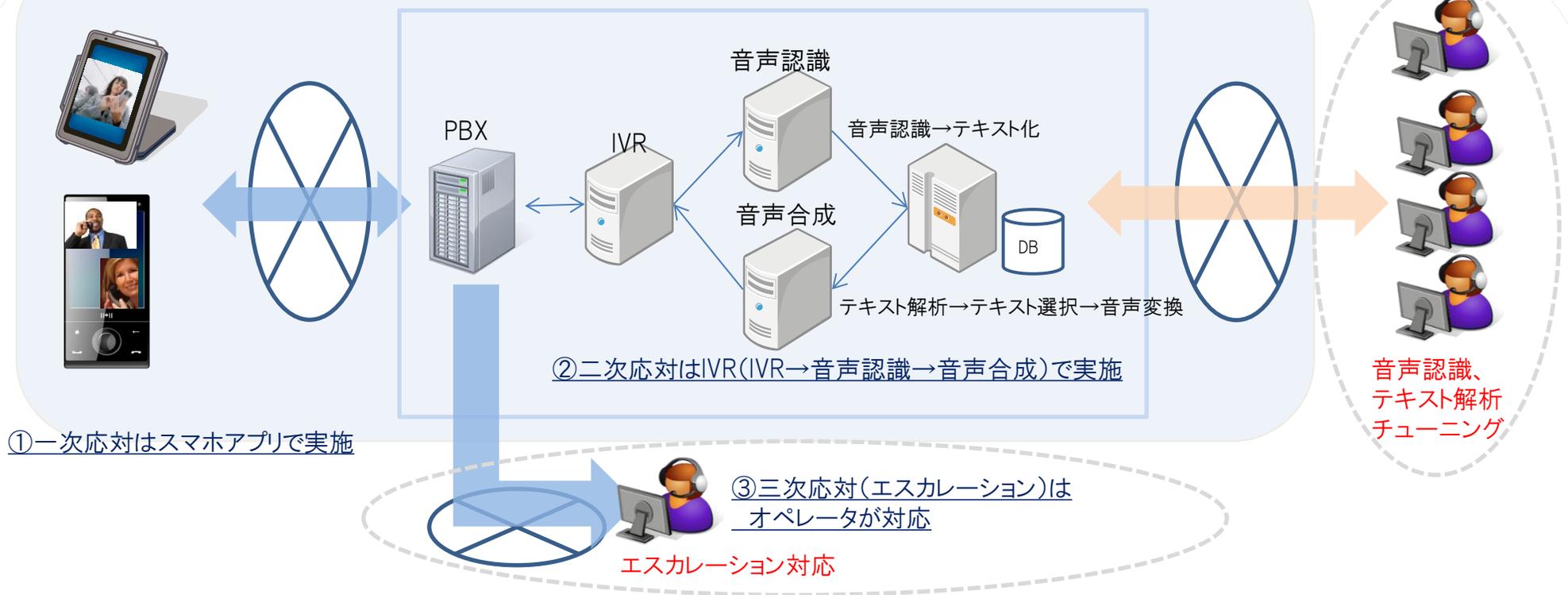
多言語コンタクトセンターサービス処理フロー



スマホアプリとIVR(自動音声応答)の組み合わせによる多言語サポート

定型化された問い合わせの対応や、一時的な問い合わせの増加に対応するため、音声認識・音声合成のシステムを活用し、スマホアプリとコンタクトセンターが連携するハイブリッド多言語サポートを実現。

スマホ・アプリケーション+IVR(自動音声応答+音声認識+音声合成)



①スマホアプリ②IVR③オペレータの3段階での多言語対応

プロジェクト⑭：

どこからでもアシストボランティア／おもてなし交流マッチング

場面	■滞在中、日本人とコミュニケーションが取れない
対応課題	■言語が通じない
具体施策	<ul style="list-style-type: none">■多言語対応のボランティアによる質問サイト・ヘルプデスクの開設■おもてなし交流マッチング <p>外国語が話せる認定ボランティア案内係にGPS機能付バッジを配布し、ネット上で位置情報を公開。GPSを活用して「時間が空いている日本人or外国人と話したい日本人」と「困っている訪日外国人」をエリアと悩みでマッチングする。</p> <p>(例)・渋谷から競技場に行くまでの電車が分からない→待ち合わせまでに30分余裕があるので案内しよう ・お寿司の有名店で食べてみたいけど英語メニューがないらしい。 → おしゃべりしたいので、ごはん一緒に食べましょう。日本語はフォローします!</p>
実施者	<ul style="list-style-type: none">■政府・自治体・TOCOG等がNPO等と連動してボランティアを組織化して実施■マッチングサイトは民間でも可
要望事項	<ul style="list-style-type: none">■引退世代などをボランティアに積極的に組織化■GPS機能付きバッジの開発・配布／GPSを活用したマッチングサイトの構築支援

プロジェクト⑮：グローバルコールセンターネットワーク-①

場面	<p>■ターミナル駅、観光地、商業施設、イベントスペース、大会競技場などで訪日外国人が困ったときに通訳(手話通訳を含む)のサービスを受けたり、選手が出身国とのコミュニケーションを取る場面(国内の上記施設、場所と世界各地の通訳者がいるコールセンターをネットワークで接続し、世界各国の通訳者や選手のファン等いつでもコミュニケーションを図る。)</p>
対応課題	<p>■日本には英語を始めとする外国語を話せる人が少ないため、訪日外国人が困った時などにコミュニケーションを図る手段がない。ボランティア対応だけでは対応に限界</p> <p>■ターゲットユーザ ①訪日外国人、②国内外の聴覚障害者。</p>
具体施策	<p>■<u>グローバルコールセンターネットワーク</u></p> <p>(1)英語を始めとする外国語を話せる国内外の通訳者(手話通訳を含む)のコールセンターをネットワーク化し、グローバルに整備。</p> <p>(2)ターミナル駅、観光地、商業施設(含む商店街)、イベントスペースなどにWi-Fi環境やテレビ会議システム、双方向通信可能なデジタルサイネージを設置し、(1)の通訳のネットワークと結ぶ。</p> <p>(3)訪日外国人、視聴覚障害者は、通訳者(手話通訳を含む)のサポートが必要な場合は、テレビ会議システムやスマートフォンなどの端末とWi-Fiを介して、音声だけでなく映像で支援。</p>

プロジェクト⑮：グローバルコールセンターネットワーク②

具体 施策	<p>(4)訪日外国人だけでなく、海外に旅行している日本人に対しても海外から日本に接続し、サポートする。</p> <p>(5)大会期間中は競技会場や選手村などにもテレビ会議システムを設置し、選手と、選手の出身国の子どもやファンとも接続することで、身近にコミュニケーションを取ることができ、選手出身国の人にもオリンピックや日本をより身近に感じてもらう。(人が集まれるスペースと端末や回線があればどこでも一時的に接続可能)</p> <p>(6)訪日外国人がこのネットワークによるサポートを利用した各施設は、顧客が困っていることを把握し、改善に努めることで、顧客満足度の向上を図る。</p>
実施者	<p>■実施主体：自治体、TOCOG（実際の運用は民間事業者へ委託）</p> <p>導入時期：すでに多くの外国人や手話を必要とする人が困っている現状があり、できる限り早期の導入が求められる</p>
要望 事項	<p>■病気、ケガなどで、医療行為や医療相談が発生する場合における対面診療義務(医師法等)の規制緩和</p> <p>■必要に応じ、必要な施設整備への支援</p>

プロジェクト⑮のイメージ



店舗と多言語対応のコールセンターとを、TV電話システムで結んで、観光客のお土産購入へサポートを実施。各店舗にWi-Fi環境を導入して、少額決済などのサービスを展開。

プロジェクト⑩：空き部屋仲介サービスの提供

場面	■東京オリンピック・パラリンピックで宿泊施設を確実に予約したい。
対応課題	■宿泊施設が足りない(現在80%駆動、ここに+900万人の観光客が来ることが予想) ■諸外国では空き部屋等をマッチングするサービスがありロンドンオリンピックのときも機能したが、日本で空き部屋を提供しつづけられるか不透明(旅館業法等)
具体施策	■上記サービスが日本で確実にサービスできるようにする
実施者	■旅行業者や新規ベンチャー参入等によるサービス提供が想定される
要望事項	■空き部屋等をマッチングするサービスが安定的にできるように必要に応じ規制制度改革を実施

プロジェクト⑱：どこでもラクラク、快適なタクシーサービス-①

場面	<p>■地域に馴染みのない人がタクシーを利用する場面 (車内のWi-Fi化、スマホの活用、車載タブレットや音声認識技術等のIT技術により、行きたい観光地、レストランへの案内を容易にし、エンタテインメントも提供)</p>
対応課題	<p>■外国人はタクシーの運転手に行先を伝えるのが難しい。日本人の乗客であっても、運転手が知らない行先を伝えるのは難しく、運転手がある場でカーナビで検索しないといけない。 ■料金を現金でしか支払えない場合が多く、また、日本のタクシー料金は高額というイメージ。 ■ターゲットユーザ ①訪日外国人、②行先に馴染みのない日本人、③行先に馴染みのない運転手とその乗客</p>
具体施策	<p>■「どこでもラクラク、快適なタクシーサービス」の提供</p> <p><u>(1)車内のWi-Fi化</u></p> <ul style="list-style-type: none">・タクシー内でインターネット接続ができ、車窓の風景をすぐにSNSにアップできる。・位置情報と連動し、タクシーが通過中の場所に関するコンテンツをWi-Fiで配信。クーポンや広告も配信。・タクシーによる観光ツアーを即時予約できる。 <p><u>(2)スマホを使った簡単な行先指定と簡便安心な料金支払い</u></p> <ul style="list-style-type: none">・行きたいスポットや店のQRコード、NFC、iBeacon経由の情報を予めスマホでスキャンしておき、タクシー内のリーダにその端末をかざすと、自動でその場所が行先に設定される。車内のWi-Fiでインターネット接続し、その場で行きたい場所を行先に指定することも可能。・タクシーの配車システムや利用者の位置情報と連動し、行きたいスポットや店を選択すると、そこを目的地としてタクシーが配車される。その際クレジットカードで予め定額で決済可能。・モバイル電子マネー、プリペイドICカードでの支払いも可能。

プロジェクト⑰：どこでもラクラク、快適なタクシーサービス-②

具体 施策	<ul style="list-style-type: none">・カード支払時に、決済端末機に自分でカードを通すことができるようにする（∵外国人はカードを運転手に渡すことを嫌がる可能性が高いため） <p>(3)車載タブレット端末を使った多彩なサービス</p> <ul style="list-style-type: none">・乗客が自由に使えるタブレット端末によりその場で行先を検索して指定・通過している場所にまつわるコンテンツを視聴可能。クーポン券や広告も併せて配信。・音声認識機能により外国語で行先の指定が可能。・外国語で話せるコールセンターにも接続でき、コンシェルジュサービスを利用できる。・タクシーによる定額の観光コースのメニューを充実して紹介。また、車載タブレットを使って観光コースをカスタマイズして提供。
実施者	<p>■実施主体者：タクシー事業者、通信事業者、コールセンター事業者</p> <p>導入時期：すでに多くの訪日外国人が困っている現状があり、早期の導入が求められる</p>
要望 事項	<p>■本システムは、技術的には2020年までに開発可能な内容である。ただし、ある程度の参加店舗の数や関係事業者がそろうことでクーポンやポイントのメリットが出るため、サービス開始当初に多くの店舗、関係事業者が参加する必要がある。</p> <p>■特に小規模タクシー事業者または個人タクシーは、初期導入コストの支援が必要。</p>

プロジェクト⑱: 訪日外国人も考慮した医療体制の再構築

場面	■ 滞在中に、日本の病院で診察・治療を受ける
対応課題	■ 症状などを日本の医者・看護師・薬剤師に伝えられない ■ 現在の医療体制は、日本人だけを対象にしたうえで構築されているが、観光立国を目指す場合、訪日外国人も考慮して最構築しないと提供サービスが不十分になるおそれ
具体施策	■ 既往症や持病、使用している薬など最低限の情報を情報端末上のアプリなどに記録する(訪日外国人版診療記録・お薬手帳アプリ) ■ 訪日外国人も考慮した日本全体の医療体制の再構築に向けた見直し
実施者	■ 民間事業者が開発したアプリに、訪日外国人があらかじめ記入 ■ 政府において、医療体制が十分かどうか緊急点検、必要な措置を検討・実施
要望事項	■ アプリ開発促進、記入した内容の翻訳のあり方の検討 ■ 十分な医療体制構築のため、必要に応じ、病床規制等各種規制のあり方、教育機関のあり方等の制度見直し

プロジェクト⑱：らくらく商品・サービス内容表示

場面	■ 訪日外国人が商品、食事の内容が分からない
対応課題	■ 訪日外国人が表示、説明書きが理解できない ※なお、この課題の解決は、表示内容の充実や分かりやすさを目指す中で、アトピー対策など日本人向けにも横展開可能
具体施策	■ 商品やメニューにQRコード等を付し、情報端末での読み取りで母国語で内容が確認できる
実施者	■ 各民間店舗等における実装
要望事項	■ 政府の強力な後押しによる各民間店舗における実装支援

プロジェクト⑳：

飲食店を含む商業施設や体験型のイベントスペースのナビゲーションシステム-①

場面	■ 飲食店を持つ商業施設、体験ができるイベントスペースなどの施設を訪日外国人が利用する場面（訪問客にWi-Fiを介して店舗やイベントの情報を提供）
対応課題	■ 日本の飲食店はメニューが多種多様で、日本人であっても迷ってしまうことが多々ある。また、購入方法（食券などによる先払い、注文後の後払い）や食し方、マナーなどが店により異なる。海外の観光客が、日本食を食べたくても、入店までのハードルがあり、躊躇することが予想。 ■ 一方、体験型のイベントスペースにも人気集中していて、日本の文化を知ってもらうには最適であるが、どのような体験ができるか事前に詳しく知ることが難しい。 ■ ターゲットユーザ ①訪日外国人、②日本人観光客、③不慣れな土地に来た高齢者。
具体施策	■ 飲食店を含む商業施設や体験型のイベントスペースのナビゲーションシステム (1) 飲食店、体験スペースの店舗の店先にWi-FiのAPを設置。プッシュ型で店舗情報を配信。 (2) 飲食店では、注文方法、食し方、マナー、お店のおすすめ、クーポンやポイントなどの情報を多言語で配信。体験スペースでは、何が体験できるのか、費用、成果、予約、クーポンやポイントなどの情報やコンテンツを配信。 (3) 各店舗は、顧客情報の入手、クーポンの発行、顧客へのアフターフォローなどでリピーター客の獲得が可能。 (4) さらにWi-Fiによる顧客へのインターネット環境の提供により、店舗や体験イベントの様を訪日外国人がSNSにアップすることで、他の外国人への波及効果も期待。

プロジェクト⑳： 飲食店を含む商業施設や体験型のイベントスペースのナビゲーションシステムー②

実施者	<ul style="list-style-type: none">■実施とりまとめ：商店街、大規模商業施設、観光協会■実施主体者：各店舗、商業施設 <p>導入時期：すでに多くの訪日外国人が困っている現状があり、早期の導入が求められる</p>
要望事項	<ul style="list-style-type: none">■特に小規模店舗には初期導入コストが課題■本システムは、技術的には2020年までに開発可能な内容である。ただし、ある程度の数の店舗が参加することによりクーポンやポイントのメリットが出るため、サービス開始当初に多くの参加店舗を準備する必要がある。

プロジェクト⑳：らくらく買い物支援システム

場面	■滞在中:ショッピング
対応課題	■買い物後の荷物が重くて移動が困難
具体施策	■らくらく買い物支援システム (1)ショッピングの荷物を店舗から滞在中のホテルまで宅配 (2)ショッピングの荷物を店舗から自国まで海外便で宅配 (3)コールセンター的なQ&A窓口をSNSで設置、ウェアラブル、携帯端末で検索可能に (4)プリペイドカード、デビットカード、決済アプリを普及させる
実施者	■民間事業者によるトータルコーディネート
要望事項	■キャッシュレス決済の普及促進策の実施

プロジェクト②②：サイバーテロ対策

場面	<ul style="list-style-type: none">■会場や都市部の防犯対策■サイバー攻撃への対策
対応課題	<ul style="list-style-type: none">■防犯カメラ等が連携することで、より広範囲な監視や即時の取締が実現 →防犯施設間のネットワークセキュリティの強化→サイバー攻撃を防止■大会を標的にした大規模サイバーテロへの政府を挙げた対応
具体施策	<ul style="list-style-type: none">■防犯カメラ等の情報の集約による監視分析のあり方の検討■サイバーセキュリティ確保のための対応能力強化に向けた政府の基本方針と具体的な行動計画の作成
実施者	<ul style="list-style-type: none">■国、地方自治体、TOCOG、重要インフラ関係者、ネット事業者等の連携
要望	<ul style="list-style-type: none">■個人情報保護法との関係でどこまで何ができるか政府において検討■サイバーセキュリティ戦略本部等政府全体をあげた戦略的な各施策の実施

プロジェクト②②のイメージ



リオデジャネイロでは、20億件のサイバー攻撃を想定。東京ではリオデジャネイロの10倍の200億件のサイバー攻撃が予想され、対策が急務。主要施設周辺の防犯カメラの連携が必須。

プロジェクト⑳：宿泊施設等での日本コンテンツ配信

場面	■滞在中のホテルの部屋や移動中の時間の有効活用
対応課題	■日本ならではのおもてなしによって、日本のファンになってもらう。
具体施策	■コンテンツホルダーや放送事業者等の協力を得て、日本の最新アニメがなんでも見放題のサイトを期間限定で開設。 ■ECビジネスを組み込むことで収益性を確保。
実施者	■コンテンツホルダー、放送事業者、宿泊事業者、EC事業者等の連携
要望事項	■訪日外国人へのプロモーション戦略の一環としての弾力的な権利処理

プロジェクト②④：日本一周＆世界一周臨場体験

場面	■滞在中のコミュニケーション及び観光エンターテインメントの充実
対応課題	■東京だけが盛り上がるだけでなく地方へ波及させることが必要 ■母国とのコミュニケーション不足
具体施策	■「23区で全国制覇」 (1)1区あたり2道府県と連携 (2)連携スポットで、各地の物産、映像コンテンツが楽しめる (カメラ操作の臨場感) (3)チケット、クーポンの販売 ■「山手線で世界一周」 (1)山手線各駅に出場各国のKIOSK端末 (2)選手の出身地等詳細情報 (3)映像、音声、写真のコミュニケーションチャンネル (4)時限発射のビデオレター(時差の解消)
実施者	■民間事業者、鉄道事業者
要望	■政府後押しによる民間事業者のコラボレーションの実現 ■政府による「ホストシティ・タウン構想」との連携

プロジェクト②⑤：スムーズ観戦支援システム

場面	■スタジアムでの試合観戦中
対応課題	■応援するチームの選手や試合の情報をわかりやすくする ■売店で売っているおにぎりや日本茶の購入方法をわかりやすくする ■レストラン・ショップ、トイレ等が混雑しているのにうまく対応できるようにする など
具体施策	■各国の来場者にあわせた多言語ビデオストリーミング配信 ■競技場内限定のポータルサイトから様々な情報提供 ■席からスマートフォンで食べたいモノの注文と決済を行え、並ばずに受け取れる ■レストラン・ショップ・トイレ等の混雑状態を監視カメラの映像や表示で確認できる
実施者	■TOCOG、スタジアム運営者等
要望事項	■システム整備に対する必要に応じた支援

プロジェクト②⑥:データテインメント

場面	■観戦している競技をもっと知りたい、楽しみたい
対応課題	■競技のルールや選手の理解不足、観戦席から遠くて試合内容が良く分からない ■ビジュアルリティが足りない
具体施策	■成果連動グラフィックパフォーマンス →競技場内で、観客一人ひとりにダイオード付ウェアラブル端末の提供。選手の成果と位置に応じて競技場全体を使ったグラフィックパフォーマンスの提供 ■全座席に情報端末を設置、会場に掲示されない情報を確認したり、見たいプレーや選手がズームアップできる ■データと連動した競技画面表示など
実施者	■TOCOG、スタジアム運営者等
要望事項	■施設整備に対して必要に応じて支援

プロジェクト②⑤、②⑥のイメージ



- 各国の来場者にあわせた多言語ビデオストリーミング配信
- 競技場内限定のポータルサイトから様々な情報提供
- 席からスマートフォンで食たいモノを注文決済し、並ばずに受け取り

これからは、ひとりひとりがスクリーンを持ち歩く時代に。スマートフォンからリプレイや母国語のライブストリーミングも思いのまま。

プロジェクト②⑦：記念ピンバッチ交換によるリピーター確保

場面	■オリンピック・パラリンピックの記念ピンバッチの「交換」をしたい
対応課題	■ピンバッチだけではリピーターを作らない
具体施策	■日本の観光地のNFCつきピンバッチを作成し、配布する (1) スマホを近づけると、動画や情報サイトを英語で確認できる (2) その場でオプションツアーを予約できる (3) オプションとして、おみやげとして販売しても可 (4) 後日に思い出として閲覧する
実施者	■地方公共団体等
要望事項	■地方公共団体等によるNFCつきピンバッチの作成・配布

プロジェクト②⑧：Japan Journey Project

場面	■滞在中
対応課題	■試合会場が集中している東京に観光客が殺到してしまう →東京以外の地域にも外国人観光客を呼ぶことが必要
具体施策	■“Japan Journey Project” (1) 成田/羽田以外の空港から東京へのアクセスを快適にし、他の空港からの入出国を促進 (2) 日本文化や日本が持つ魅力的なコンテンツの効果的なアピール →地方自治体や教育現場と外国人旅行者の融合(学生と外国人旅行者との交流) ・和食(無形文化遺産)、ジャパニメーション、J-POP、すもう、寺院、四季の美しさ、ハイテク技術 など (3) 地方の町や村ごとの各国サポーター制度を充実させ、地方から一緒に観戦に行けるツアーを実現 (4) オリンピック入場券を持っていくと、地方の交通機関や公共機関を無料又は低価格で乗り放題、使い放題にする。
実施者	■政府、地方自治体、教育機関、交通機関、公共施設等
要望	■教育機関との連携検討、サポーター制度の検討、入出国規制の緩和、地方空港機能の拡充、オールジャパン体制の構築

プロジェクト②⑨：ナイトライフ観光の受け皿の整備

場面	■各競技終了後、外国人観光客、VIPのナイトライフ観光の受け皿として
対応課題	■国内ナイトクラブの営業時間が限定されている ■世界各国でグローバルスタンダードとなるナイトクラブやフェスティバルの欠落
具体施策	■風営法の改正(国内ナイトクラブの営業時間の延長) ■海外の有名音楽フェスティバルの誘致(Electric Daisy Carnival等) 〈参考〉 ※ラスベガスのElectric Daisy Carnivalは、3日間で200億円の経済効果。40万人来場。 ※ロンドンオリンピックでは、世界的著名DJが開会式での入場曲を演奏・披露
実施者	■政府による法令改正 ■TOCOG、民間事業者等による誘致
要望事項	■風営法の改正 ■大会開催期間中の音楽フェスティバル、クラブイベントとの連携 ■インバウンド施策としての音楽フェスティバル・クラブイベントのPR活動の実施

プロジェクト③⑩：一時的な首都機能の移転の検討

場面	■ 滞在中の都内混雑の緩和
対応課題	■ 通勤時間と観戦タイムのバッティングによる交通混雑 ■ 電力を始めとした過大なエネルギー消費
具体施策	■ 7月から9月まで永田町、霞ヶ関の機能を大幅に別地域に移転 ■ 有事ではなく、祭事でのBCP検証 ■ VIPの国内移動の促進
実施者	■ 国による検討
要望事項	■ 国による検討

プロジェクト③①：ワークスタイルの変革

場面	■ 滞在中の都内混雑の緩和
対応課題	■ 通勤時間と観戦タイムのバッティングによる交通混雑 ■ 電力を始めとした過大なエネルギー消費 ■ ボランティア要員の不足 ■ 観戦できないストレスによる生産性の低下
具体施策	■ 夏休み取得促進(ホワイトカラー中心) ■ テレワークの推進(通勤禁止) ■ ビジネスアワーの変更促進(14時終業) ■ ボランティア活動への人的リソースの移行
実施者	■ 政府全体での上記対策に向けた方針決めと関係省庁による検討 ■ ボランティアは、官民の連携により実施
要望事項	■ 上記課題への対応策について議論する必要。論点は、下記。 <ul style="list-style-type: none">・サマータイムの検討をタタキにしてワークシフトの課題を洗い出す・各企業の就業規則で、一時的な働き方の変革に関する実施方法をどうするかの確認からスタート・マスコミを活用した早い時期からの告知活動は必須・教育関係のスケジュールの時限移行の可能性を関係部局と調整する必要あり (夏休みの期間変更、ボランティアの間の単位時間の取り扱い、教育プログラムの位置づけ等)・夏の電力消費の風物詩になっている「高校野球」の開催時期の前倒しも検討

8. PHASE 3 の 3 プロジェクトの詳細

プロジェクト①：

訪日外国人の期間中の動向分析とそれを踏まえたマーケティング手法の検討

場面	■再訪日のモチベーション喚起(2020年大会で訪れた日本にもう一度行きたい！という気持ちを喚起する)
対応課題	■2020年大会終了後も、再訪日を促進する施策を継続的に実施すること
具体施策	■訪日外国人の動向の把握方法、属性情報等ビッグデータ分析方法の検討 ■訪日した外国人へのプッシュ型マーケティング手法(ポイント付与、クーポン配布等) ・地方への回遊施策(スタンプラリー等)の検討 ※上記の件は、今から検討を開始すべきであり、必要なことは、2020年を待たずに実施すべき。
実施者	■民間企業 ■関係省庁、TOCOG等
要望事項	■ビッグデータの官民連携した活用方法の検討 ■IDトラストフレームワークの活用等によるおもてなしサービスの実現

プロジェクト②：日本の魅力を継続的に発信する情報プラットフォームの構築

場面	■再訪日のモチベーション喚起(2020年大会で訪れた日本にもう一度行きたい！という気持ちを喚起する)
対応課題	■2020年大会終了後も、世界に向けて日本の魅力を継続的に発信すること
具体施策	<ul style="list-style-type: none">■日本の魅力を継続的に発信する専用サイトを構築(YouTube等既存サイトの活用も有り)■日本に来たことがある外国人に対し、訪れた印象を元に日本の魅力を伝える動画コンテンツを作成し投稿してもらう。■一般投稿以外にも、著名クリエイターが作成した動画コンテンツも用意。また、プロのクリエイター集団に効率的にコンテンツを作成してもらうサービス等も活用。■公的なアーカイブも活用しながら、東京だけでなく県別にコンテンツを作成する等地方への訪問モチベーションも喚起する。
実施者	<ul style="list-style-type: none">■民間企業有志(IT企業、広告会社、映像制作会社など)■観光庁他関係省庁
要望事項	<ul style="list-style-type: none">■観光庁との共同によるビジットジャパンサイトの構築■公的に作成した日本の魅力を伝えるコンテンツの活用

プロジェクト③：再訪日促進キャンペーンの世界的展開

場面	■再訪日のモチベーション喚起(2020年大会で訪れた日本にもう一度行きたい！という気持ちを喚起する)
対応課題	■2020年大会終了後も、再訪日を促進する施策を継続的に実施すること
具体施策	■世界各地でのジャパンフェアの実施(アニメコンテンツ、和食などをテーマに) ■大会終了後の日本での「周年イベント」の実施 ■買い物やサービス利用に使用できる特別なディスカウントクーポンの発行(リアルイベントで発行あるいはWEBサイト上での配信)
実施者	■民間企業有志(メーカー、流通、IT企業、広告会社など) ■観光庁ほか関係省庁等
要望事項	■オールジャパンでの体制整備

9. 本提言の検討体制・ 検討日程

9. 本提言の検討体制、検討日程①

■観光立国推進PT2020 メンバー

○リーダー

植野 伸一 (株)アサツーディ・ケイ代表取締役社長

○副リーダー

熊谷 正寿 GMOインターネット(株)代表取締役会長兼社長

○メンバー

里見 治 セガサミーホールディングス(株)代表取締役会長兼社長

鉢嶺 登 (株)オプト代表取締役社長CEO

平井 康文 シスコシステム合同会社エグゼクティブシニアアドバイザー(当時)

船津 康次 トランスコスモス(株)代表取締役会長兼CEO

松田 憲幸 ソースネクスト(株)代表取締役社長

矢嶋 弘毅 デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム(株)代表取締役社長CEO

■上記PTの下に、実務的に内容を議論するため、ワーキンググループを設置(上記メンバーの会社の担当で構成)

9. 本提言の検討体制、検討日程②

■検討日程

(プロジェクトチーム等)

2013年11月29日	キックオフMTG	
2014年1月23日	第1回プロジェクトチーム	
2014年2月21日	第2回プロジェクトチーム	
2014年3月14日	第3回プロジェクトチーム	
2014年4月18日	第4回プロジェクトチーム	
2014年9月25日	第5回プロジェクトチーム	
2014年10月8日	第1回ワーキンググループ	
2014年10月21日	第2回ワーキンググループ	提言書案ver1議論
2014年11月11日	第6回プロジェクトチーム	提言書案ver1議論 (ワーキンググループで提言書案ver2の作成)
2014年12月11日	第7回プロジェクトチーム	提言書案ver2議論

(外部有識者ヒアリング)

2014年12月18日	クリエイティブディレクターとの意見交換 秋元康氏、小山薫堂氏
	その他、政府関係者等と意見交換実施

Hello, Future!



新經濟連盟



Japan Association of New Economy