

“Smart Worldフロントランナー”としての沖縄 ～データプラットフォームを基盤とした観光立県沖縄発のDX～

2020年11月12日
NTTコミュニケーションズ株式会社
ビジネスソリューション本部 西日本営業本部長
井上 瞳宏

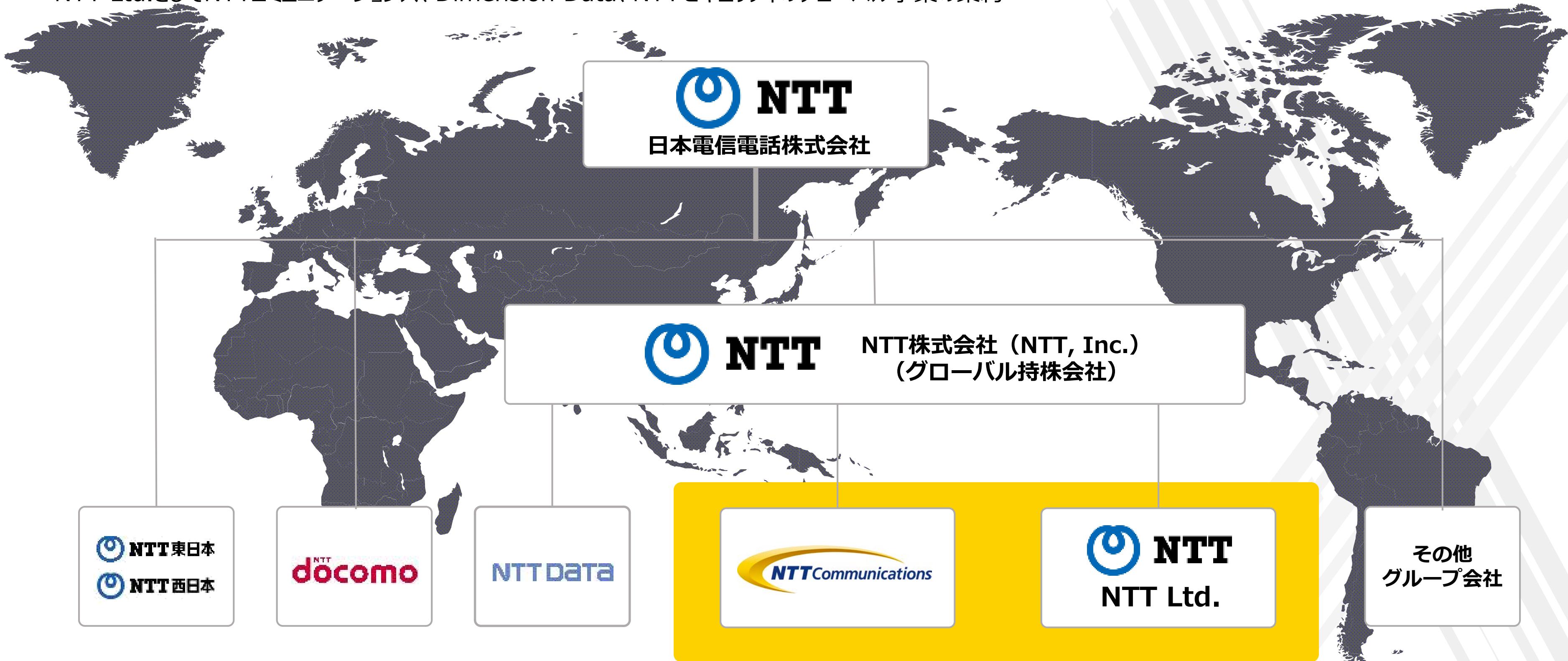
NTTグループについて

NTTグループのフォーメーション



グローバル中間持株会社NTT, Inc.の元「One NTT」としての相互補完・連携・サポートのフォーメーションを確立

NTT Ltd.としてNTTコミュニケーションズ、Dimension Data、NTTセキュリティのグローバル事業の集約



1999

長距離
国際
Internet

創業

NTTの再編成

ICTソリューションの推進

クラウド(2012年~)

IP電話(2003年~)

IP-VPN(1999年~)

インターネット(1996年~)

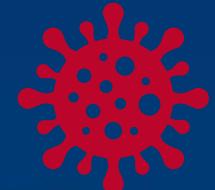
長距離国際電話

2019

Reborn

企業理念・信条の制定

Global再編成



新型
コロナ

DXとは

企業が外部エコシステム（顧客、市場）の破壊的な変化に対応しつつ、内部エコシステム（組織、文化、従業員）の変革を牽引しながら、第3のプラットフォーム（クラウド、モビリティ、ビッグデータ／アナリティクス、ソーシャル技術）を利用して、新しい製品やサービス、新しいビジネス・モデルを通して、ネットとリアルの両面での顧客エクスペリエンスの変革を図ることで価値を創出し、競争上の優位性を確立すること

DXレポート～ITシステム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開～
内、Japan IT Market 2018 Top 10 Predictions: デジタルネイティブ企業への変革 - DX エコノミーにおいて
イノベーションを飛躍的に拡大せよ、IDC Japan プレスリリース
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_transformation/20180907_report.html

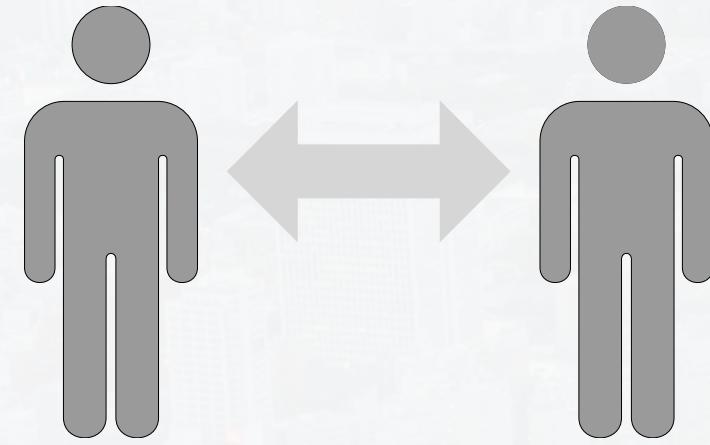
➡ COVID-19により破壊的な外部エコシステムの変化が到来

対面・高密度

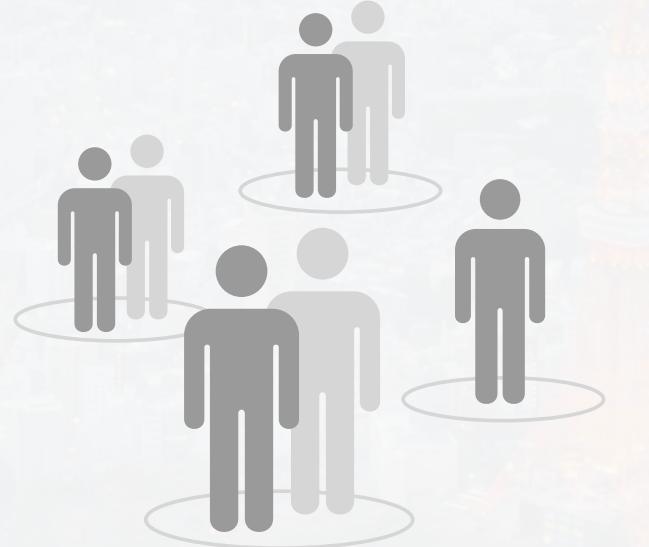
一極集中

変化に対する確実さ

ソーシャル
ディスタンス



分散



変化に対するしなやかさ
(レジリエンス)



リモートワールドの中で
生活者・ビジネス・社会が求める世界観・価値観が急速に変容



効率化先行型DX

ユーザー起点型DX

急速に変化する生活者の
好奇心・価値観(UX[※])の重視

持続可能社会型DX

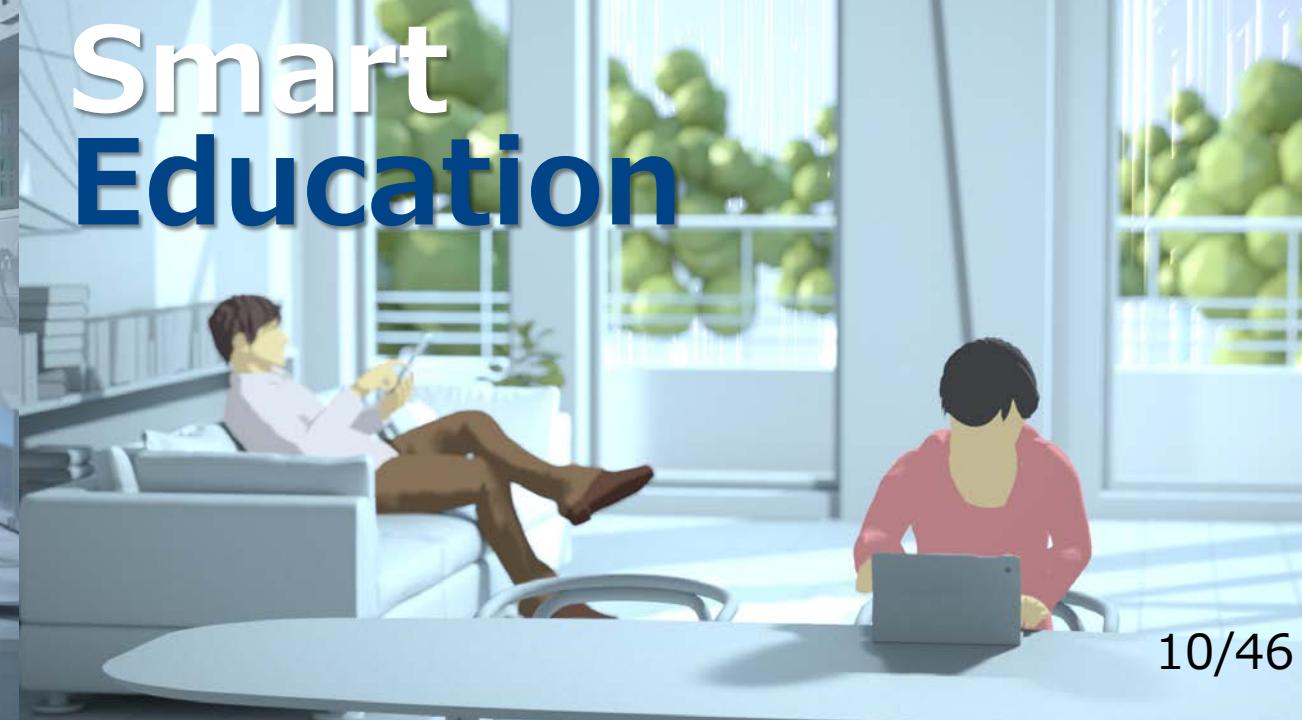
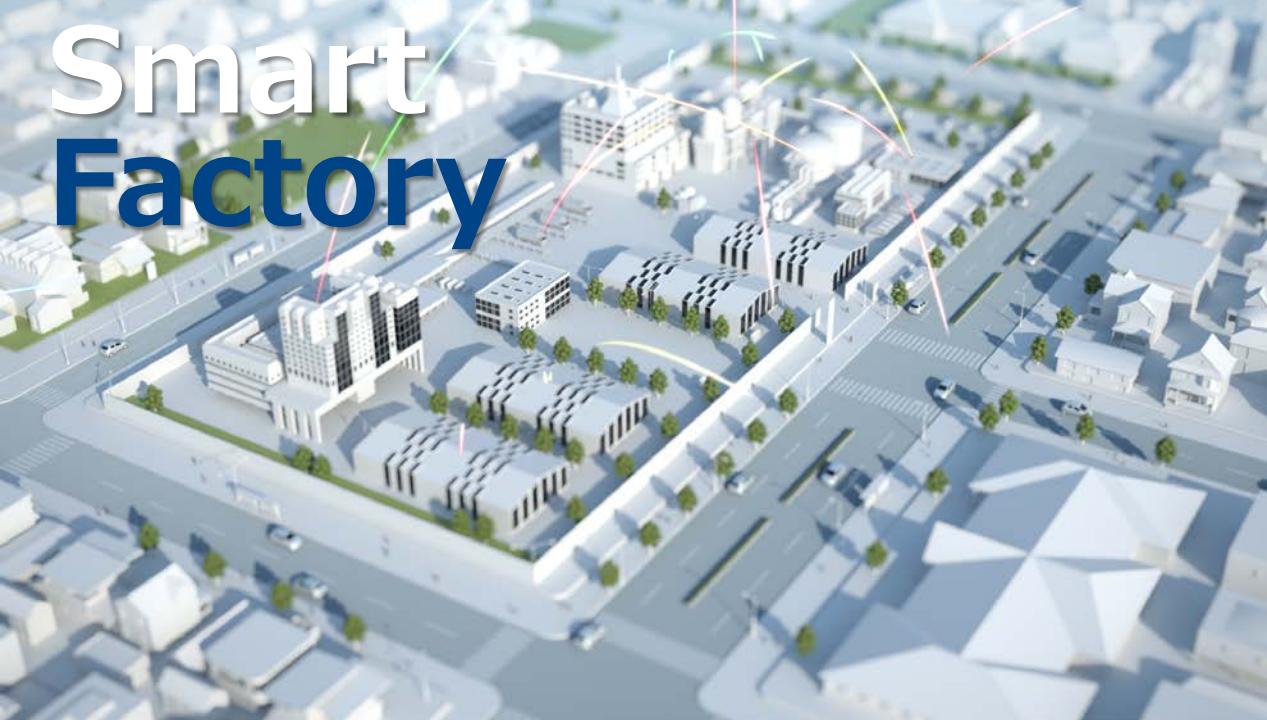
利益に加え、従業員や顧客、
地域社会、地球環境などを尊重

※UX = ユーザーエクスペリエンス

データプラットフォームとSmart World



Smart World



Smart Worldの主な取り組み



Smart Factory



- デジタルユーテリティクラウド
富士通 × ファナック × NTT Com



Smart Healthcare



- SDPF for Healthcare



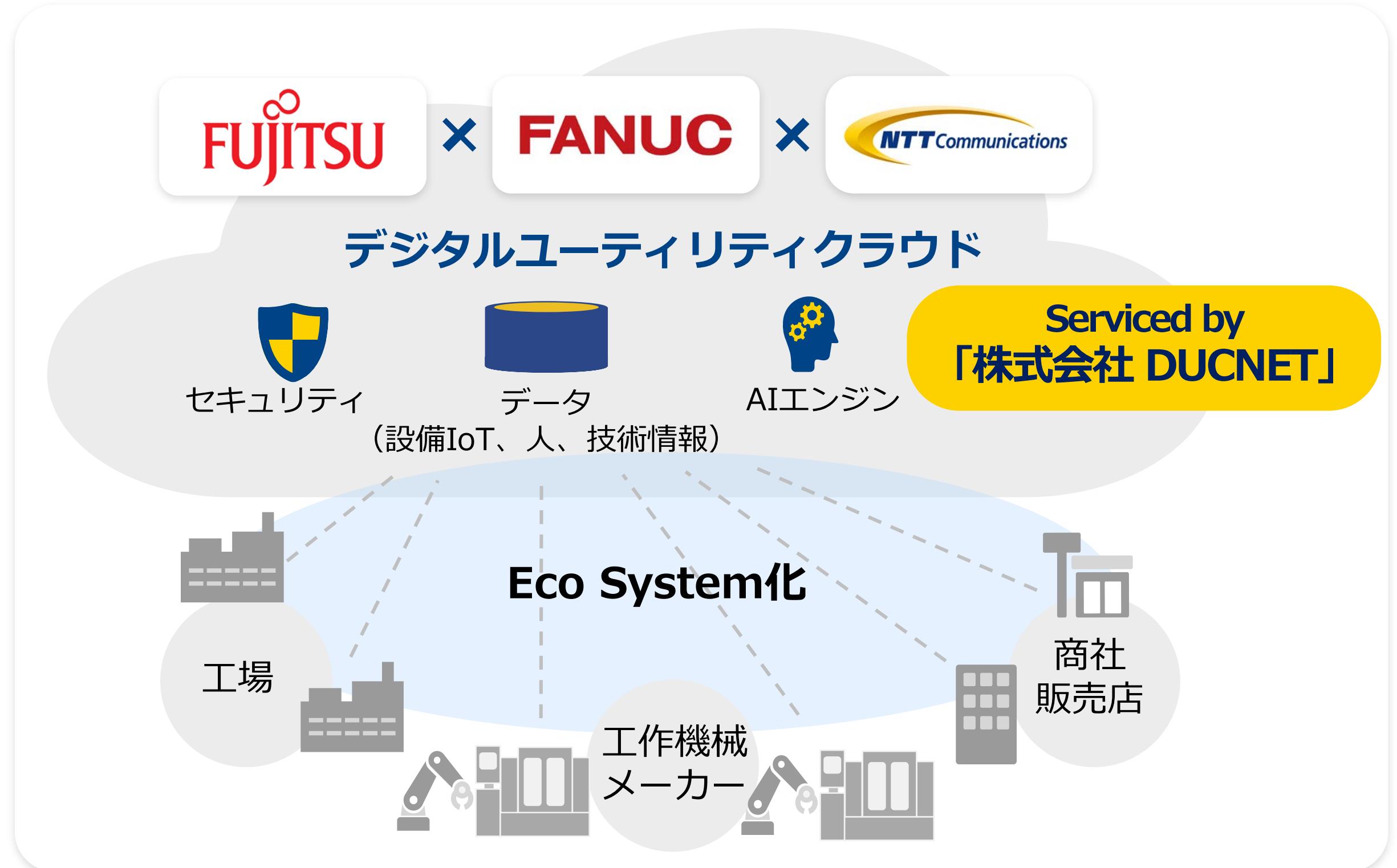
Smart City



- 名古屋(久屋大通) 三井不動産 × NTT Com
- 東富士 / 品川 トヨタ自動車 × NTTグループ
- 札幌 札幌市 × NTTグループ

製造業のDX (Smart Factory～工作機械業界の場合～)

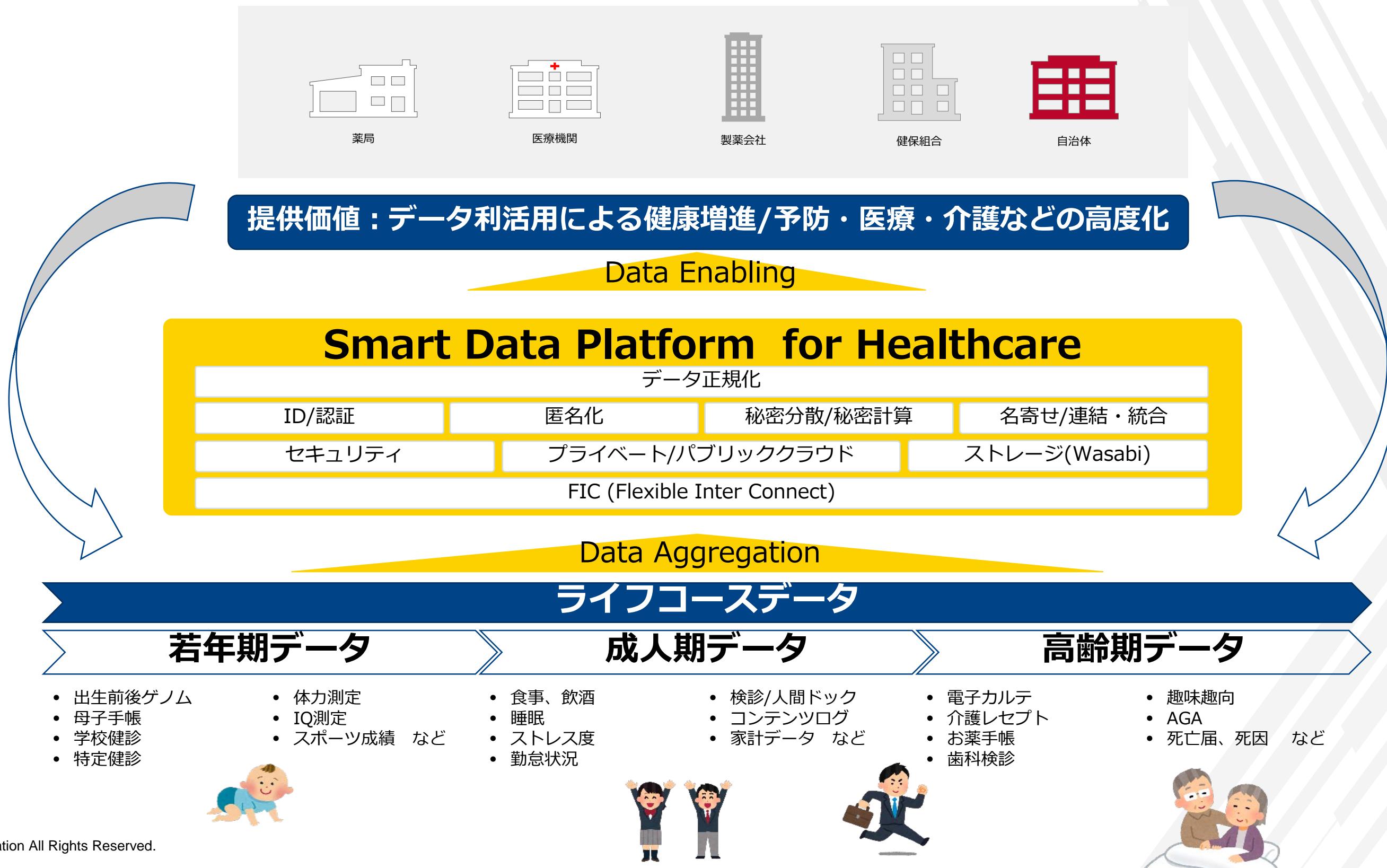




医療ヘルスケアのDX (SDPF for Healthcare)

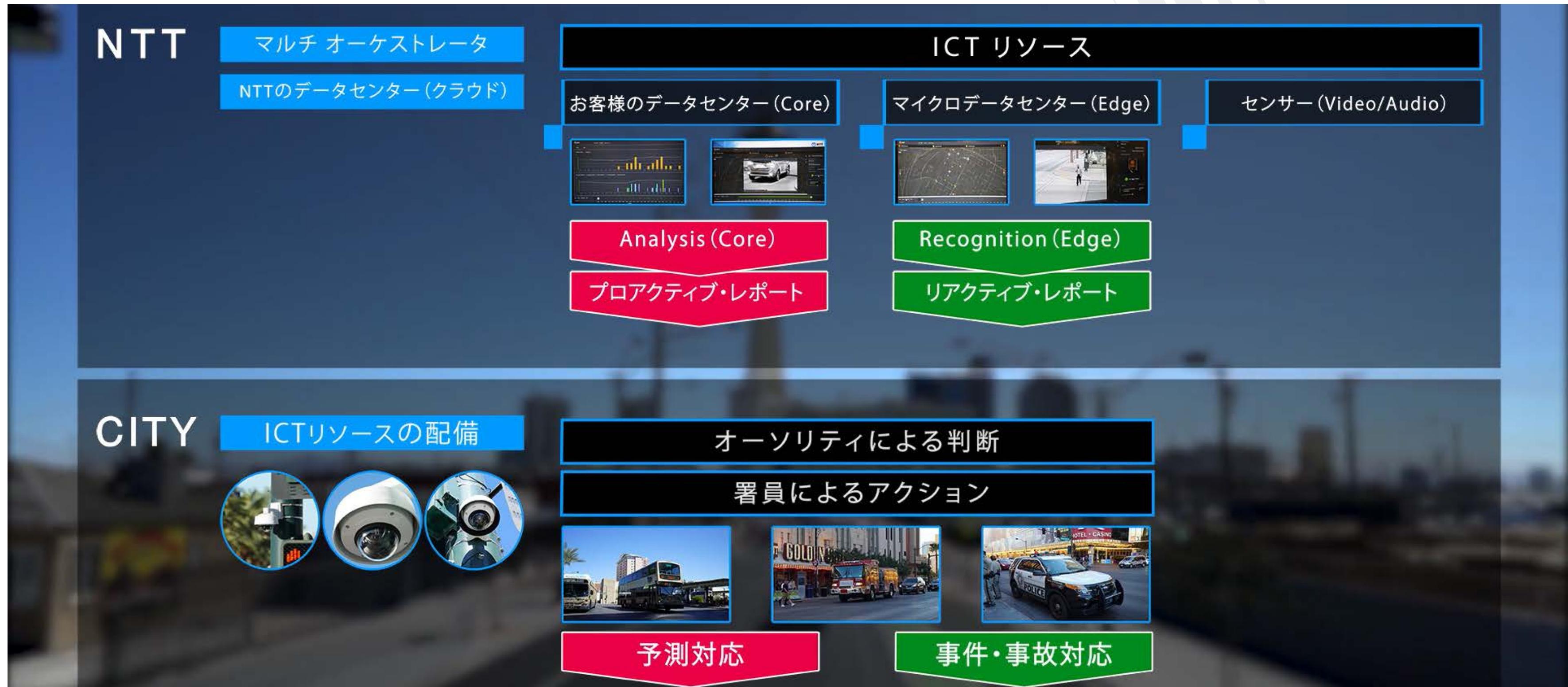


AI・ビッグデータ解析などのノウハウを活かし、**良質で大量なライフコースデータの取得・分析・活用を加速するSmart Data Platform for Healthcareの構築を目指す**



都市のDX (Smart City～ネバダ州×ラスベガス市×NTT～)

慢性化する渋滞や犯罪をいち早く認識、初期対応の短縮に取り組む



- ⇒ 自動車の逆走件数が減少するなど、交通状況が改善
- ⇒ 今後は、公園などの安全状態や、保全状況の問題点をリアルタイムに通知

データプラットフォームの方向性 (Smart Cityの例)

サービス



エネルギー



パーソナライズ



セキュリティ



ダイバーシティ

活用

データ
匿名化

アクセス
管理

可視化

分析

シミュレー
ーション

学習

Smart City Platform

データ

- センサー情報
- 位置情報

- 街頭カメラ
- 街灯・信号

- 電波情報
- 電力供給状況

- 個人情報
- 購買情報

他エリアや
他PFとの連携



支払い



行政



移動



医療・介護



教育



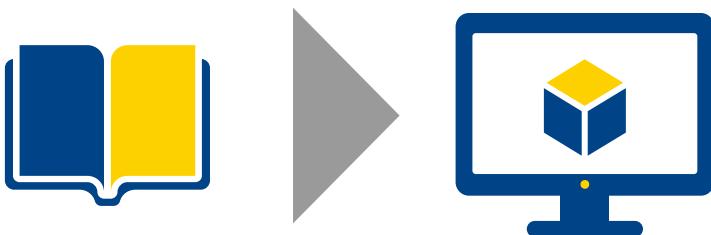
エネルギー

各領域のデータを収集・整理して分野横断的に活用

沖縄におけるDXのあり方（提言）

デジタイゼーション

Digitization



- ・アナログ放送 → デジタル放送
- ・紙の書籍 → 電子書籍
- ・人手によるコピペ → RPA

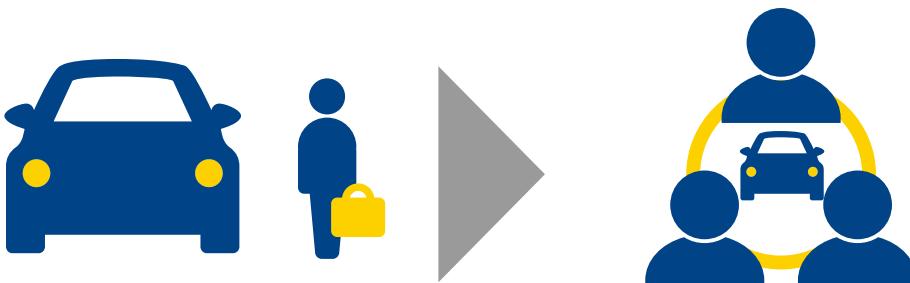
ビジネス・プロセス

効率化

改善・改良・修正
コストや納期の削減・効率化

デジタライゼーション

Digitalization



- ・自動車販売 → カーシェア/サブスク
- ・ビデオレンタル → ストリーミング
- ・電話や郵便 → SNS・チャット

ビジネス・モデル

変革

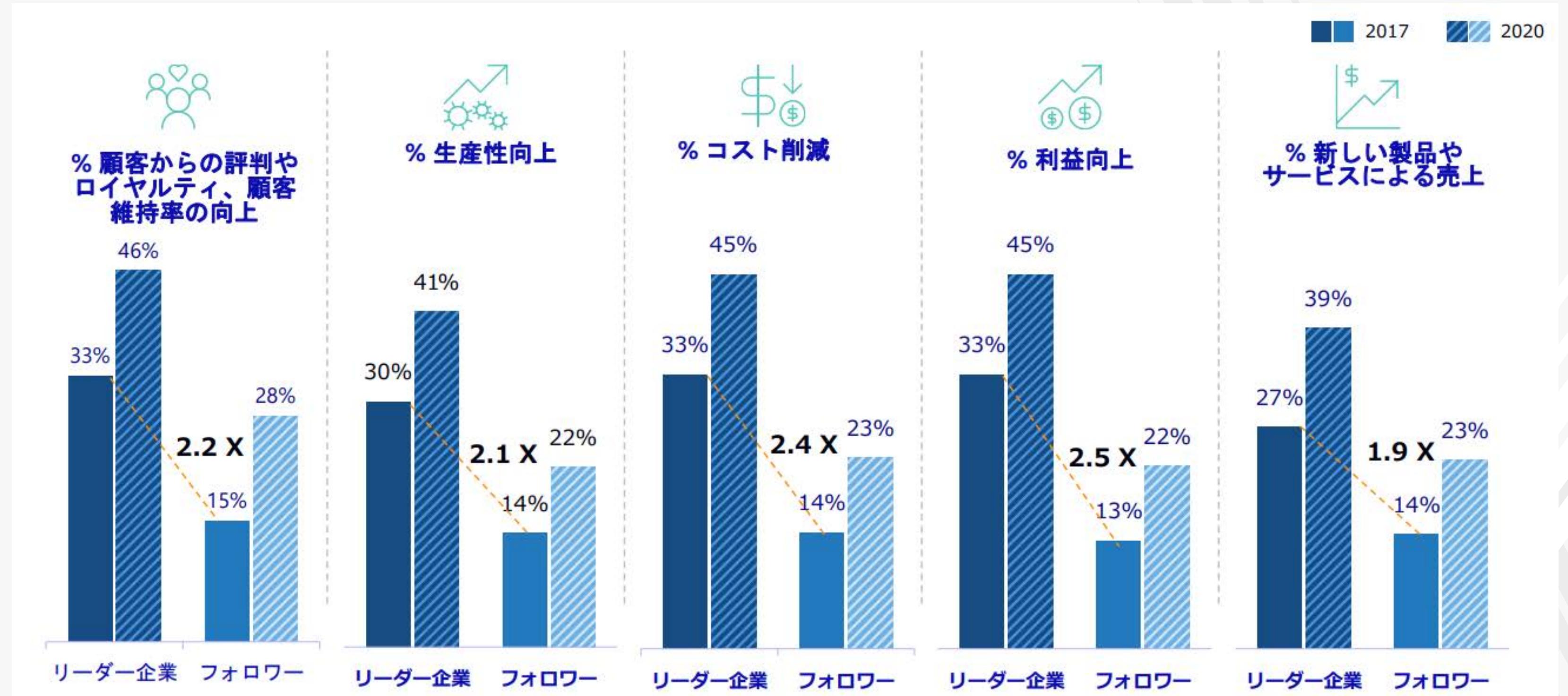
事実構造の転換
新しい価値の創出

+人と組織

デジタル・トランスフォーメーション
Digital Transformation / DX

DXに取り組む意義、効果

アジアのリーダー企業は、DXの推進によりフォロワー企業の2倍のメリットを享受



※アジア15カ国の企業幹部1560人（うち日本人150人）を対象に、改善度をアンケート調査。回答者の業種は、政府機関、教育機関、金融、ヘルスケア、製造、小売り。リーダー企業n=103、フォロワーn=1457。

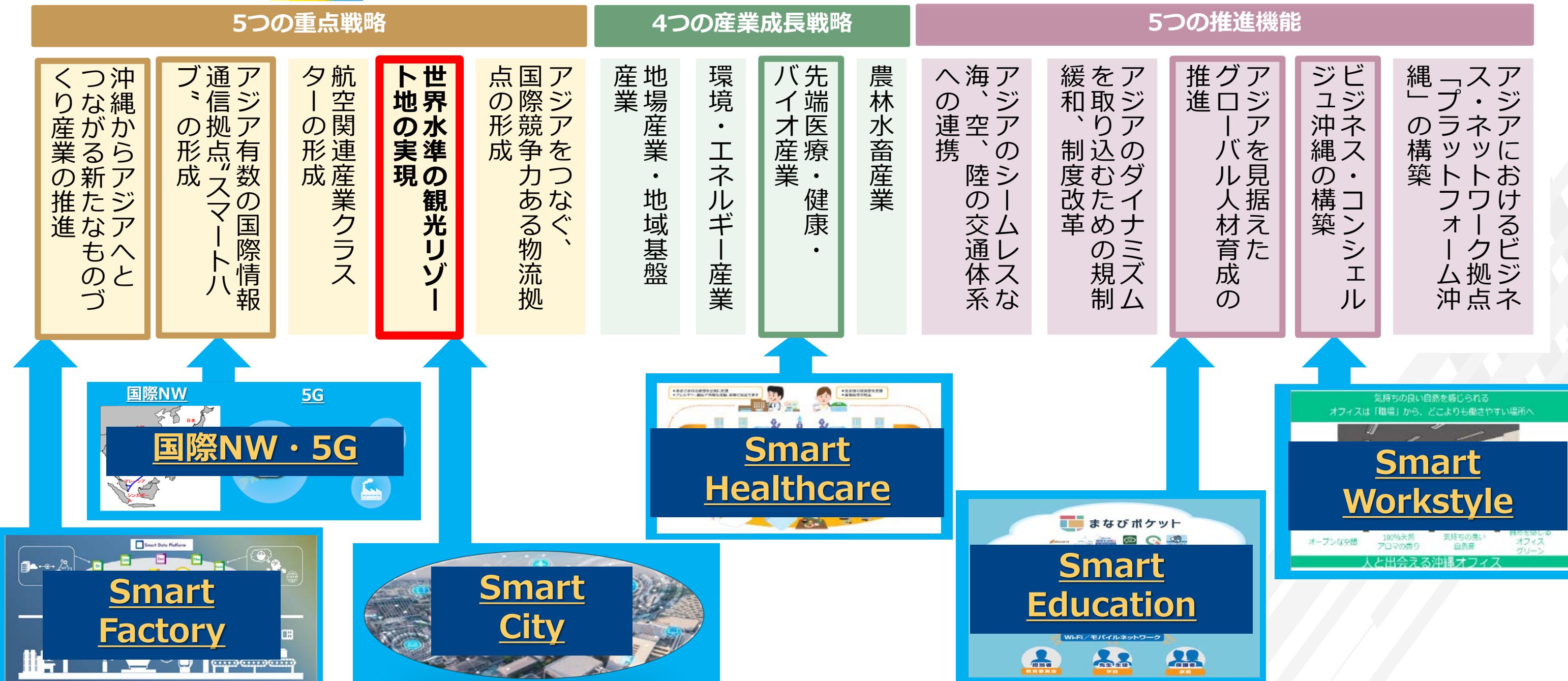
※リーダー企業とは、全社的、あるいは展開中のデジタル・トランスフォーメーション戦略があり、収益の3分の1以上をデジタル製品とデジタルサービスから得ている企業を指す。

沖縄21世紀ビジョン

- 沖縄らしい自然と歴史、伝統、文化を大切にする島
- 心豊かで、安全・安心に暮らせる島
- 希望と活力にあふれる豊かな島
- 世界に開かれた交流と共生の島
- 多様な能力を発揮し、未来を拓く島

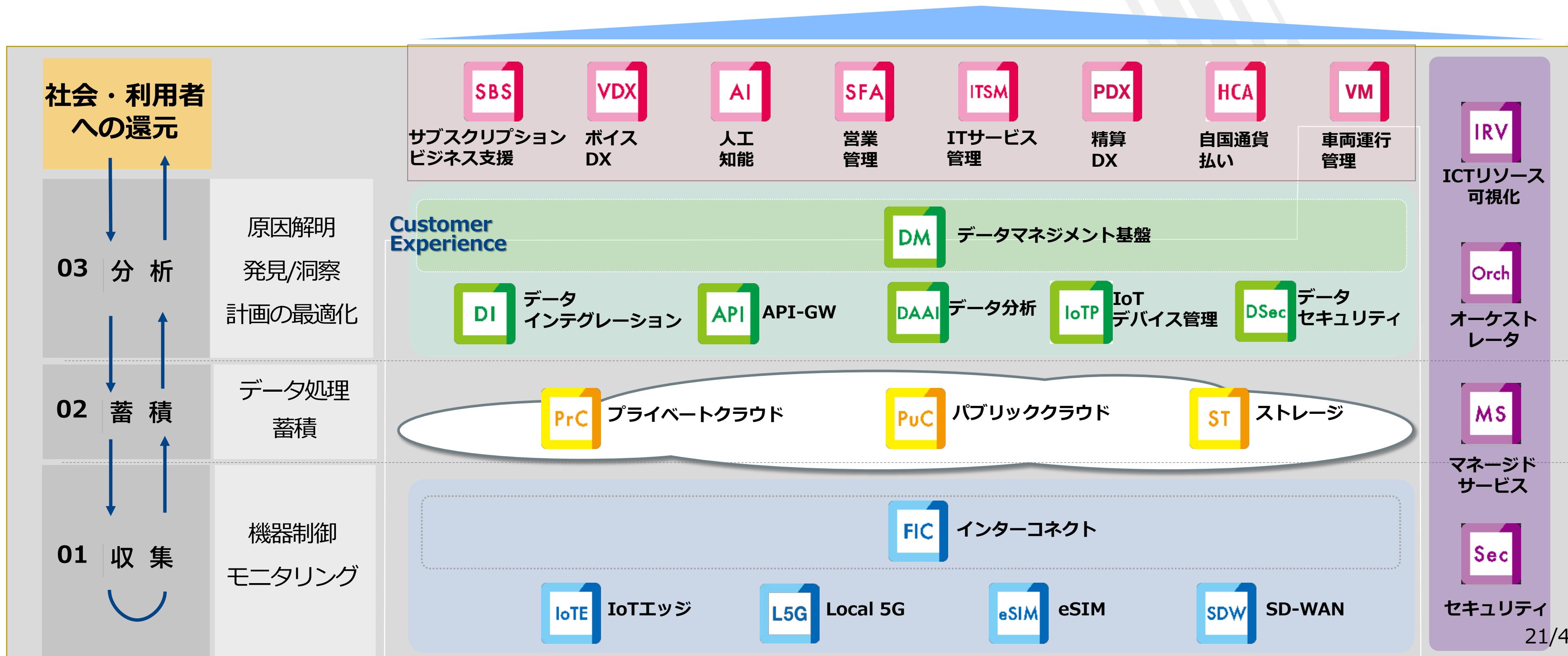


沖縄県アジア経済戦略構想



Smart Data Platform (あらゆる産業のデータをつなぎ価値を創造)

The logo for NTT Communications features the company name in a bold, blue, sans-serif font. A thick, yellow swoosh graphic starts from the left and curves over the text. Below the main name is a horizontal line, followed by the tagline "Go the Distance." in a smaller, italicized, blue serif font.



①DXを推進する意義

- ・単なるデジタル化ではなく、デジタル化されたデータを組み合わせ、分析することで、見逃していた市場や、新たな付加価値を見出すことができる
- ・データ利活用の具体的な出口戦略（目的、対象範囲、目標）を予め持つことが成功のカギ

②DXの推進方法

- ・各組織がバラバラに取り組むのではなく、知恵と仕組み、データを官民で共有（共創）し、様々な分野でデータを収集、活用することで生産性向上、高付加価値化が実現される
- ・収集された各種データの活用に際しては、製造業のみならず、IT、医療、バイオ関連産業等各産業横串のデータプラットフォーム構築が求められる

事例紹介（Smart Cityの取り組み）

未来の街 = Smart Cityで求められるもの

直近の取組みとして、4つの街の姿を中心に Smart Cityの実現を目指します



省エネルギー

EMSやパーソナル制御などを活用し、省エネで地球環境に優しい街を実現。エネルギー利用効率化、CO2排出削減の課題を解決



セキュリティ(安全・安心)

街区・エリアの警備高度化・効率化により安全・安心な街を実現し、犯罪・テロの脅威などの社会課題を解決



パーソナライズ

ビックデータや分析技術を活用し、パーソナライズされた楽しめる街を実現。購買行動促進やコミュニティ形成により、日本社会の活力低下を解決



ダイバーシティ

高齢者や障害者、外国人などに応じたナビゲーションにより、多様な人に優しい街を実現。高齢化社会やインバウンド増加などで生ずる社会課題を解決

イベントドリブン

来街者、観光客



来街者への趣味趣向に応じた店舗情報／
クーポン配信

レコメンドサービス

データドリブン

店舗等



来街者の消費行動や行動履歴等のビッグ
データを分析、マーケティング活用

データ分析・可視化サービス

Smart City Platform

イベントドリブン

来街者、観光客



来街者への趣味趣向に応じた店舗情報／
クーポン配信

レコメンドサービス

データドリブン

店舗等



来街者の消費行動や行動履歴等のビッグ
データを分析、マーケティング活用

データ分析・可視化サービス

Smart City Platform

属性
(嗜好・年齢等)

時間

天気

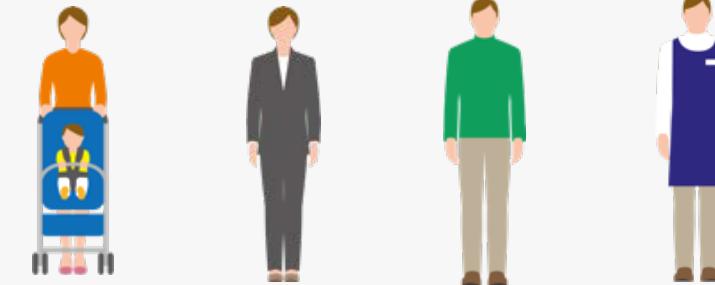
位置情報

状況
(同伴者)

目的

イベントドリブン

来街者、観光客 店舗等



来街者への趣味趣向に応じた店舗情報／
クーポン配信

レコメンドサービス

データドリブン

店舗等



来街者の消費行動や行動履歴等のビッグ
データを分析、マーケティング活用

データ分析・可視化サービス

Smart City Platform

属性
(嗜好・年齢等)

時間

天気

混雑状況

位置情報

状況
(同伴者)

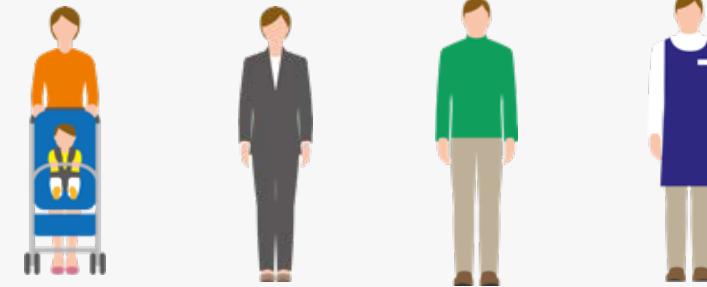
目的

空席状況



イベントドリブン

来街者、観光客 店舗等



来街者への趣味趣向に応じた店舗情報／
クーポン配信

レコメンドサービス

データドリブン

店舗等



来街者の消費行動や行動履歴等のビッグ
データを分析、マーケティング活用

データ分析・可視化サービス

Smart City Platform

属性
(嗜好・年齢等)

時間

天気

混雑状況

位置情報

状況
(同伴者)

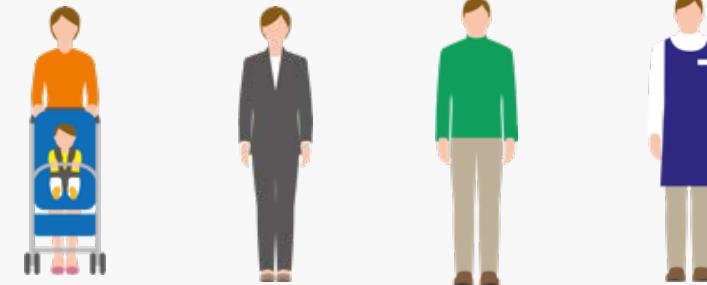
目的

空席状況

購買履歴

イベントドリブン

来街者、観光客 店舗等



来街者への趣味趣向に応じた店舗情報／
クーポン配信

レコメンドサービス

データドリブン

店舗等



来街者の消費行動や行動履歴等のビッグ
データを分析、マーケティング活用

データ分析・可視化サービス

Smart City Platform

属性
(嗜好・年齢等)

時間

天気

混雑状況

行動履歴
(GPS等)

口コミ

位置情報

状況
(同伴者)

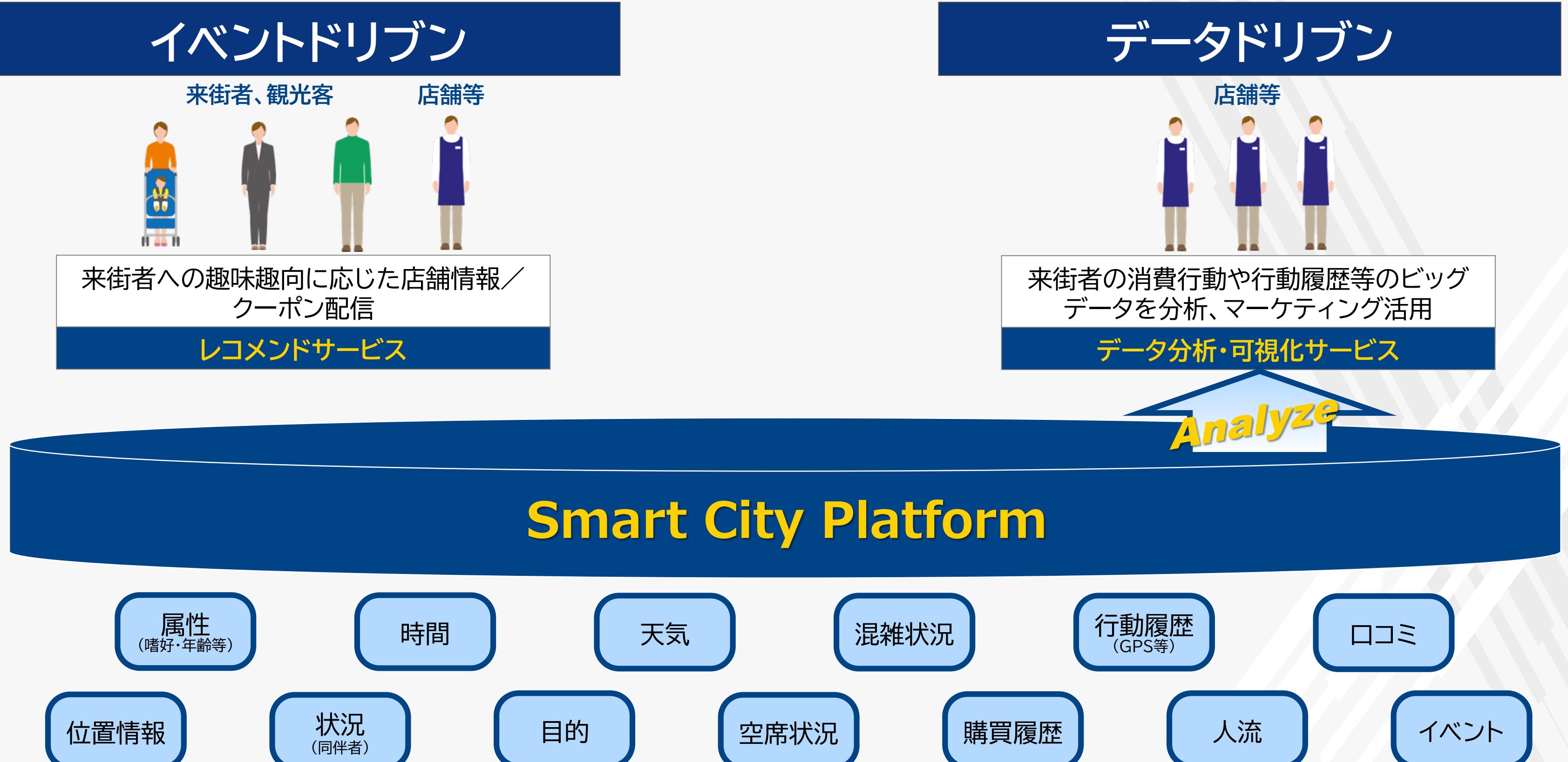
目的

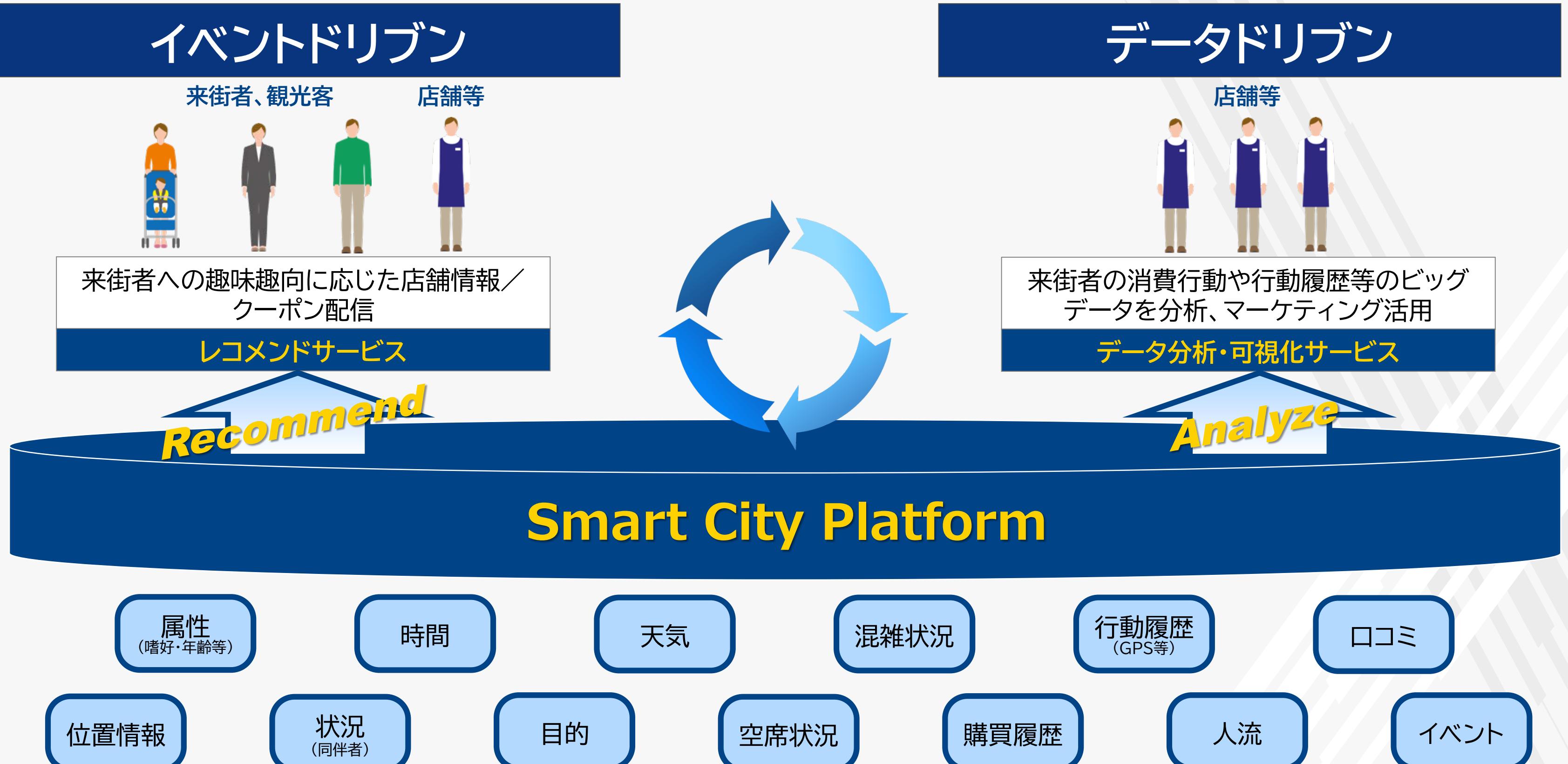
空席状況

購買履歴

人流

イベント





導入事例のご紹介

導入事例①

Smartレコメンド／名古屋市大須商店街

事例①：名古屋市大須商店街

- 実証実験の目的 : 一人一人に寄り添ったレコメンド情報や店舗からのダイレクト情報の提供がお客様の回遊促進に繋がるかを検証
- 場所 : 名古屋市大須商店街
- 期間 : 2020年10月21日～2021年1月14日
- ターゲット : ①映えスポットを楽しむ20代女性②ディープな大須を楽しむ30代男性③観光客④大須近辺の生活者
- 施策概要 : 商店街内のQRコードや公式SNS等からの利用から大須商店街内の回遊を促す。



導入効果 = 街の回遊促進

ペルソナ①：サブカルチャー好き

- ・アラサー男性
- ・友人同士
- ・メイドカフェを目的に来訪
- ・土曜の昼頃に到着
- *アニメのコスプレや、グッズ集めが好き



導入事例②

觀光MaaS／第一交通（沖繩）

導入事例②：第一交通（沖縄）

- 実証実験の目的 : 個人の属性に応じたお勧めの目的地提案から移動手段(MaaS)も併せて提供し、快適な回遊体験を実証します。
- 場所 : 沖縄県本土全域
- 期間 : 2020年12月初旬～2021年3月末予定
- ターゲット : 観光客
- 施策概要 : 那覇バスターミナルやタクシー等の交通機関のタッチポイントでの利用から沖縄内のサブ型体験への回遊を促す。

観光体験シーン



画面イメージ



レコメンド+MaaSによる回遊促進

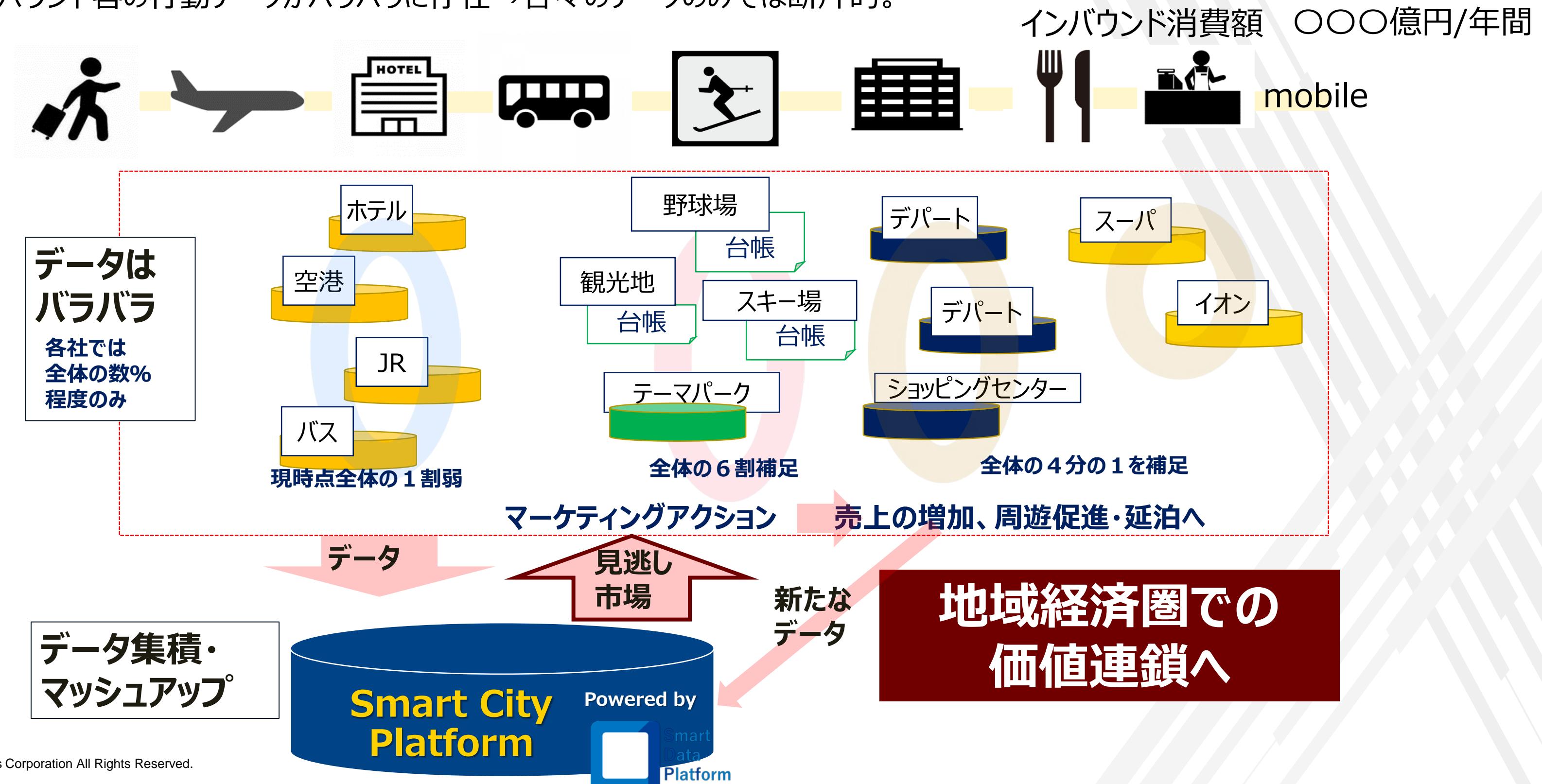


導入事例③

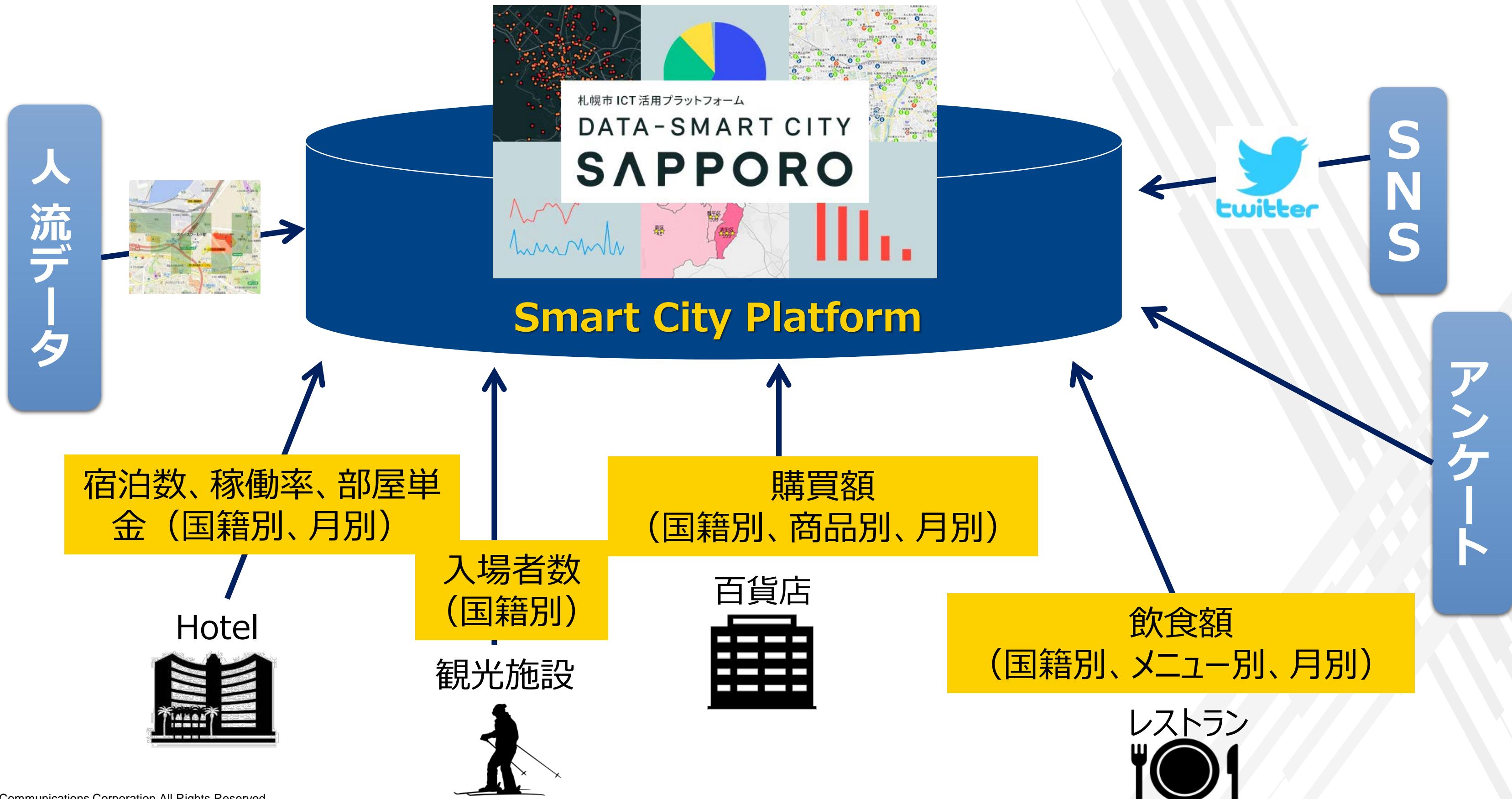
DATA SMART CITY SAPPORO／札幌市

地域の商業におけるデータ利活用における課題

- ✓ 企業、自治体等がそれぞれにデータ収集→正確で良質なデータがバラバラに存在。
- ✓ インバウンド客の行動データがバラバラに存在→各々のデータのみでは断片的。



データ可視化・分析サービス（クローズデータ）



データ利活用による価値～バリューチェーンの拡がり



データ集積・マッシュアップ[®]

札幌市 City of Sapporo

NTTグループ

3社 2業態

- ・百貨店
- ・ドラッグストア

データ分析・利活用

見逃し市場を発見！
→新たなマーケティングアクションで売上増へ

↑ 購買額

A社 B社

123社 11業態
へ呼びかけ

- ・百貨店
- ・総合スーパー・コンビニ
- ・ドラッグストア・レンタカー
- ・専門店
- ・家電量販店
- ・交通
- ・ホテル
- ・観光
- ・飲食

札幌市様より、
書面にて市長名義
で参画を呼びかけ

札幌の小売店や観光施設20社

訪日客の購買データ共有

市、来月から蓄積 分析結果、販促に活用

札幌市 ICT活用 プラットフォーム

外国人観光客のデータ活用の仕組み

参加企業

- ・商業施設
- ・観光施設
- ・ホテル

外国人観光客

- ・携帯基地局
- ・観光アプリ
- ・運動GPS

分析結果

購買・宿泊データ 移動データ

札幌市は、外国人観光客が市内の小売店や観光施設などで行った買い物履歴などのデータを蓄積し、企業間で共有する取り組みを来年1月から始める。参加する企業は、札幌市、札幌市観光協会、アメックス、イオン北海道、さっぽろ市議会などが示す「プラットフォーム」に登録を義務づけ、外人の観光客が使うことを前提に、購買活動などを共有する。

札幌市は、来年1月から2月末までに外国人客が購入した品目や施設の利用内容、国籍などの情報を、個人情報が分からないように加工した上で「プラットフォーム」に提供する。参加企業は、来年1月から2月末までに外国人客が購入した品目や施設の利用内容、国籍などの情報を、個人情報が分からないように加工した上で「プラットフォーム」に提供する。

札幌市は、札幌市が「札幌市ICT活用 プラットフォーム構築事業」の一環で、西郵局や都心駅前など5つの社が参画する。実験では札幌市観光アプリを導入。全施設をシステムでつなぐなどで駆使した訪日外国人の購買履歴や購買履歴をデータ化して蓄積。参加企業が販促や販売促進の購買履歴内につけている。

市によると、札幌市が独自に訪日外国人の購買履歴を都心駅周辺にとどめており、市は市内各店の実験で販売促進に利用を始めたところ。2月末までに実験を終え、3月に「札幌市データ活用実験」を実施する。(了)

◎ 1 CTTで周遊データ共有＝20社で兩年実証実験～札幌市

17/12/18 08:47 [G2]

札幌市と北海道が実験する「ゆきぼる便 観光周遊実験」(以下、周遊実験)は、訪日外国人の周遊データを収集する実証実験に参画する20社の周遊実験に実験会を開いた。実験は2017年1月から2月にかけて行われ、郵便局・民間企業・団体がデータを販売するなど周遊中の購買履歴内につけている。

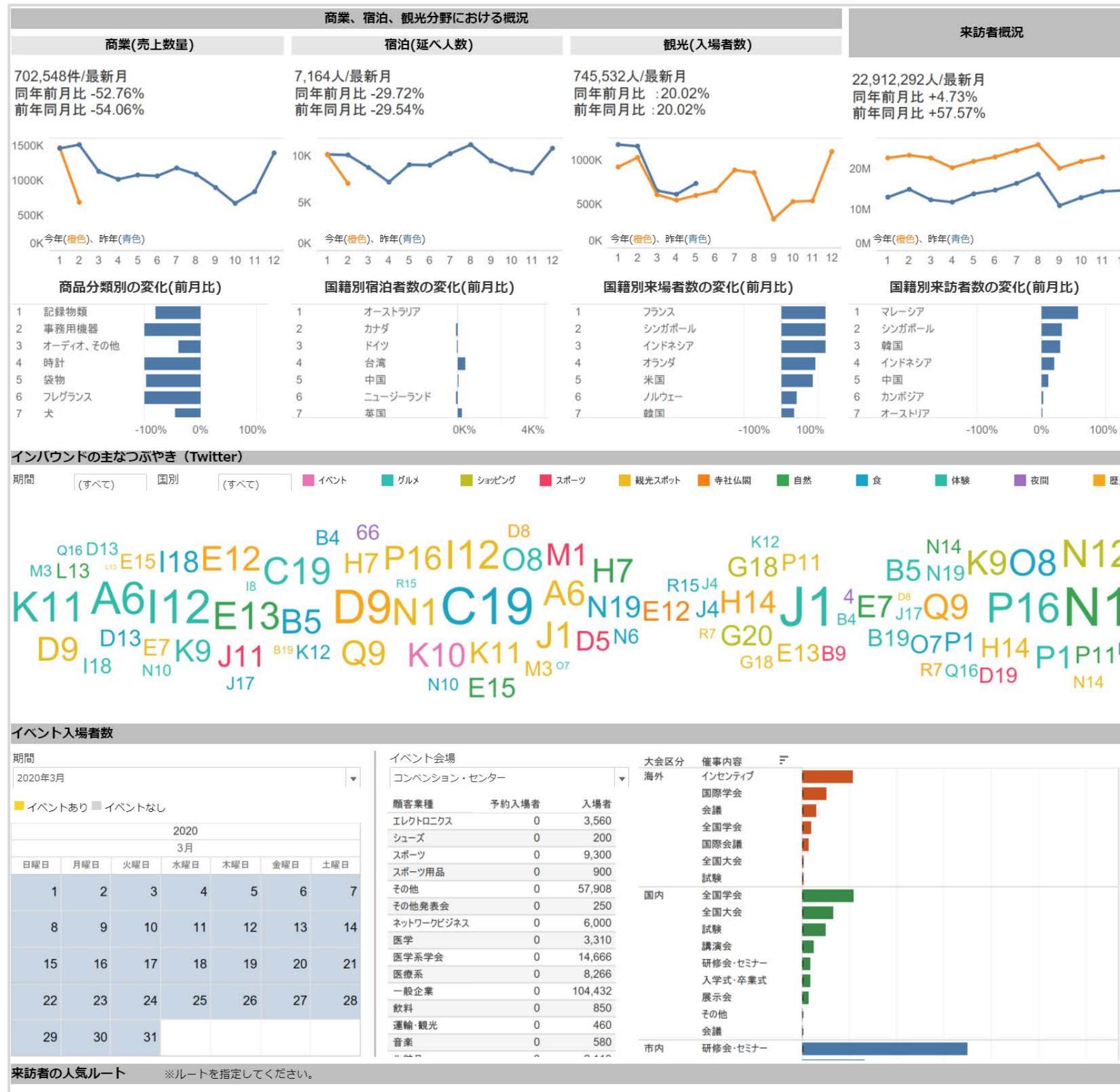
実験は、札幌市の総務事業部に実験会を開いた。札幌市が「札幌市ICT活用 プラットフォーム構築事業」の一環で、西郵局や都心駅前など5つの社が参画する。実験では札幌市観光アプリを導入。全施設をシステムでつなぐなどで駆使した訪日外国人の購買履歴や購買履歴をデータ化して蓄積。参加企業が販促や販売促進の購買履歴内につけている。

市によると、札幌市が独自に訪日外国人の購買履歴を都心駅周辺にとどめており、市は市内各店の実験で販売促進に利用を始めたところ。2月末までに実験を終え、3月に「札幌市データ活用実験」を実施する。(了)

約40社が参画、データ共有へ

更なる参画事業者・業態の拡大へ

サービス提供イメージ：地域の全体概況



サービス提供イメージ：全体比較・人流

