東京の観光振興を考える有識者会議

「ソーシャルメディア時代の観光振興のアイディア」

2016年12月16日

尾崎マリサ（SPUTNIKO!)
MITメディアラボ

2005
Luca Bruno / AP

2013
NBC NEWS
Michael Sohn / AP

観光コンテンツに足を運ばせても
情報コンテンツに足を運ばせてはいけない

【スマホでどこでも情報が手に入る時代】

よっぽど特殊な体験でない限り

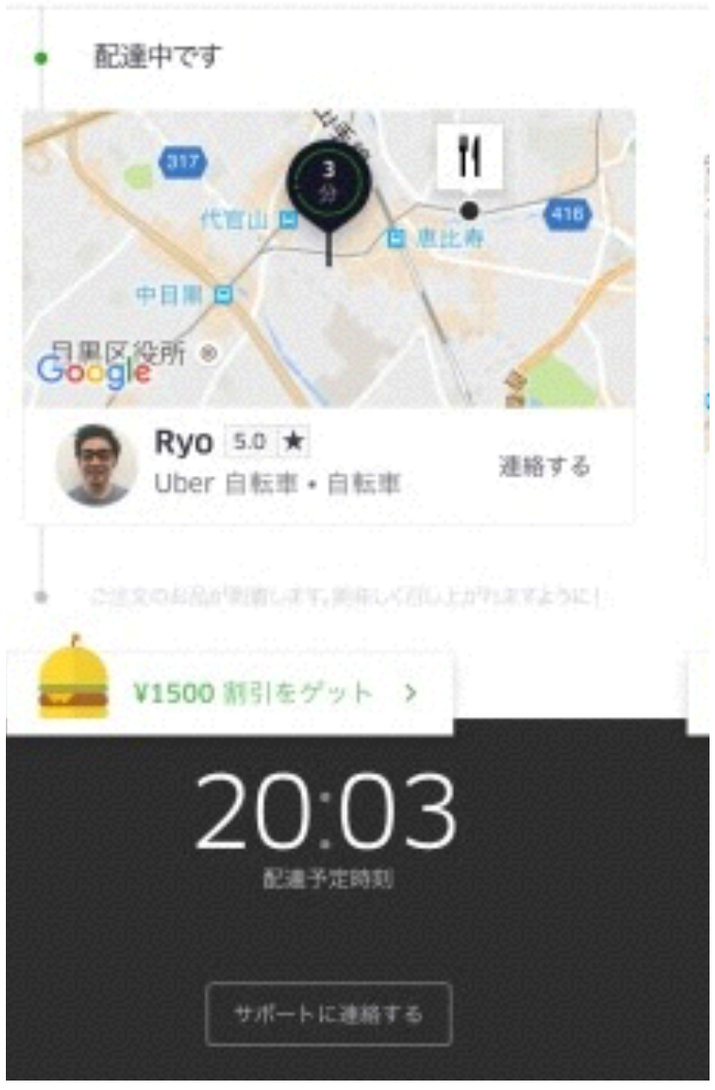
情報コンテンツに「足を運ばせる」考え方はNG

２０２０年、２０３０年、２０４０年・・・
確実に廃れていく文化

【観光情報を集めた拠点へ足を運ぶ】

【制服を着た東京ガイドを探す】

Uber的に出動できる街のボランティア



「道に迷った！」「この周辺のオススメの居酒屋は？」
「タクシーの運転手に英語が伝わらないので、電話をかわってほしい！」
Uberのように登録・レーティングで信頼を蓄積

インスタなどで訪日客が#AskTokyoハッシュタグで質問した事にボランティアや他の観光客が返信（人工知能も返信？）

Ken: I'm at Golden Gai!
what's the best way to get
to Roppongi from here?
#AskTokyo

Takashi_Tokyo: Take the Marunouchi line to Kasumigaseki then change to Hibiya line to Roppongi! but since it's getting late maybe just grab a taxi!? Have fun :)

Emily: We're tourists from
Paris, drinking in Golden Gai too!
We're also going to Roppongi,
would you like to share a taxi with us!?

TOKYO GIRL Siri

東京にやたら詳しい音声認識AI (アニメ声？)

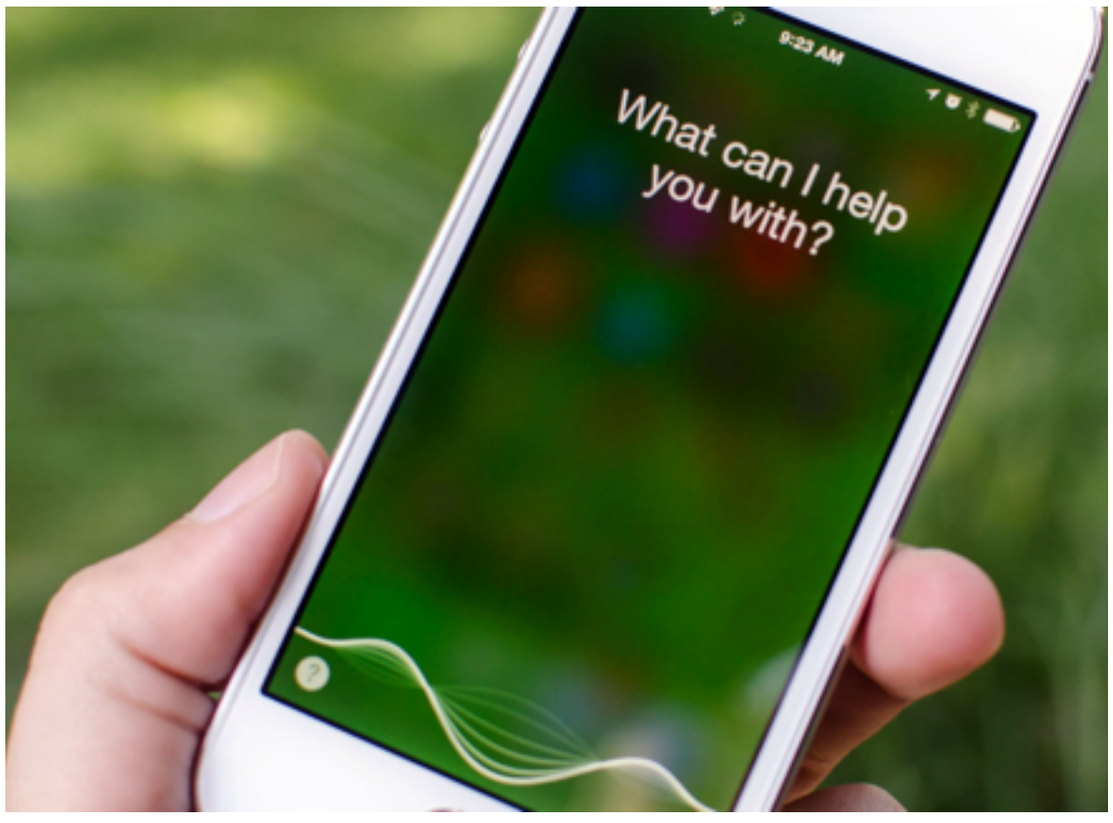
「僕の普段聞いてる音楽の趣味だと、今夜TOKYOのどのクラブで踊ると楽しい？」

「地震が起きたら、どこに避難すれば良い？」

TOKYO GIRL Siri

東京にやたら詳しい音声認識AI (アニメ声？)

「SIRIKO、これなんて書いてあるの？」



カリフラワーが１個１８０円。　残念ながらこの猫の値段ではないわ！
でも今の日本はキュウリが旬だから、ひとつかじってみたら？

Word Lensのような翻訳ARが浸透すれば
東京の古い標示を多言語に替えなくても対応できる

一本化された情報を公的機関やプロが発信

↓

多様化した情報をアマチュアが発信・交流

訪日客が信用する情報は変化している

情報センターやガイドブックの
公式情報

好きな**インフルエンサー**や
友人のオススメ

tomjauncey
Shinjuku-ku, ...
フォローする

いいね！5,406件 23週間前

tomjauncey Following @Jacob through the hidden alleys of #Tokyo 🇯🇵. This is the epic #GoldenGai in Shinjuku. It's an iconic colourful alleyway that is filled with culture and a must visit for photographers 📸. Golden Gai has a very authentic feel to it bustling with little bars, restaurants, cherry blossoms and signs. It's a tight squeeze as you can only fit 4 or 5 people in each venue. Perfect for a local meal and drink 🙌 @TheLuxuryCollection.

コメント90件をすべて表示

catarina.zhang @pyy97 圣诞假期

catarina.zhang @pyy97 冬天也很好，泡泡温泉

jackchxng @larryhian 新宿事件

pyy97 @catarinaczhang 时间很短啊。。。

catarina.zhang @pyy97 ...

コメントを追加...

【これまで】

【2020年とそれ以降】

デジタルネイティブ（ミレニアル）以降は「モノより体験」に価値を置く
インフルエンサーオススメの場所に行きたい。オススメのご飯を食べたい。
私だけのユニークな体験をして皆にシェアしたい。

◯米国広告誌Ad Week「Instagramは現代のトラベルエージェントだ」

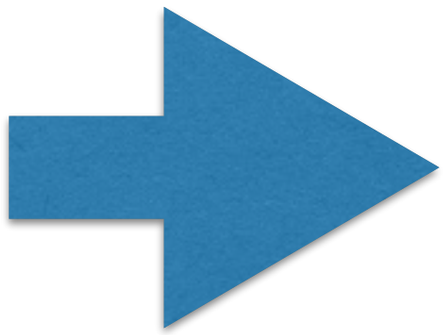
◯ミレニアル世代（1985-2003年生）の76%が旅行に関する判断にInstagramを含める

Adweek (11/17, 2015) Survey by Miss Travel
http://www.adweek.com/socialtimes/misstravel-instagram-travel-survey/630085

求心力のあるコンテンツも変化している

テレビCMで見るような
広告的コンテンツ

【安心感】
【既視感】
【公的機関・プロっぽさ】

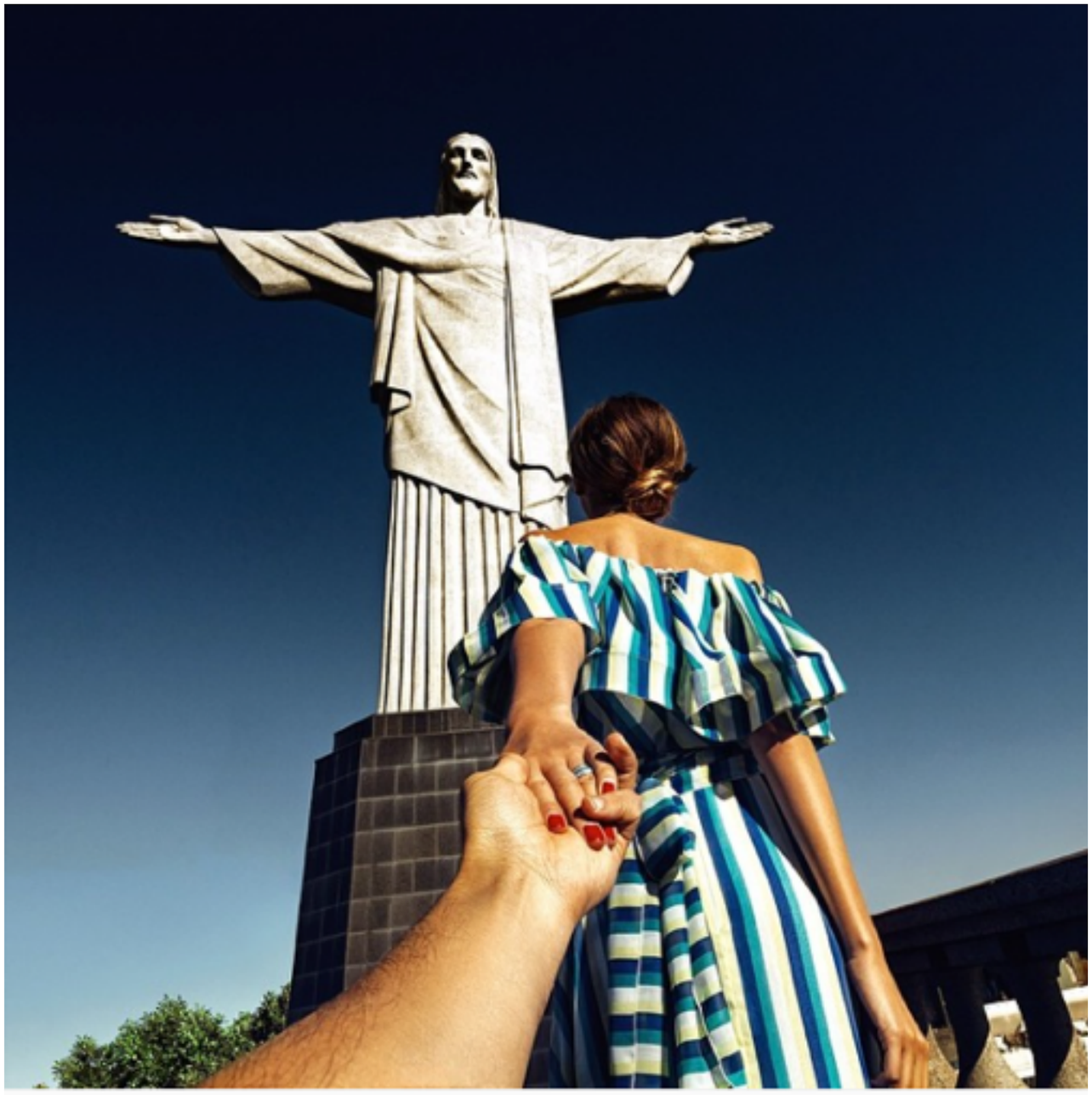


ネットは
ユニークな視点と驚きが大事

【見たことがない】
【驚かされる】
【感動する】

コルコバードのキリスト像

@muradosmann(手をつないだ構図で世界中を撮影するカップルのアカウント)



２３万６０００イイね！

コルコバードのキリスト像

@thiagomicorrea（アマチュア写真家）

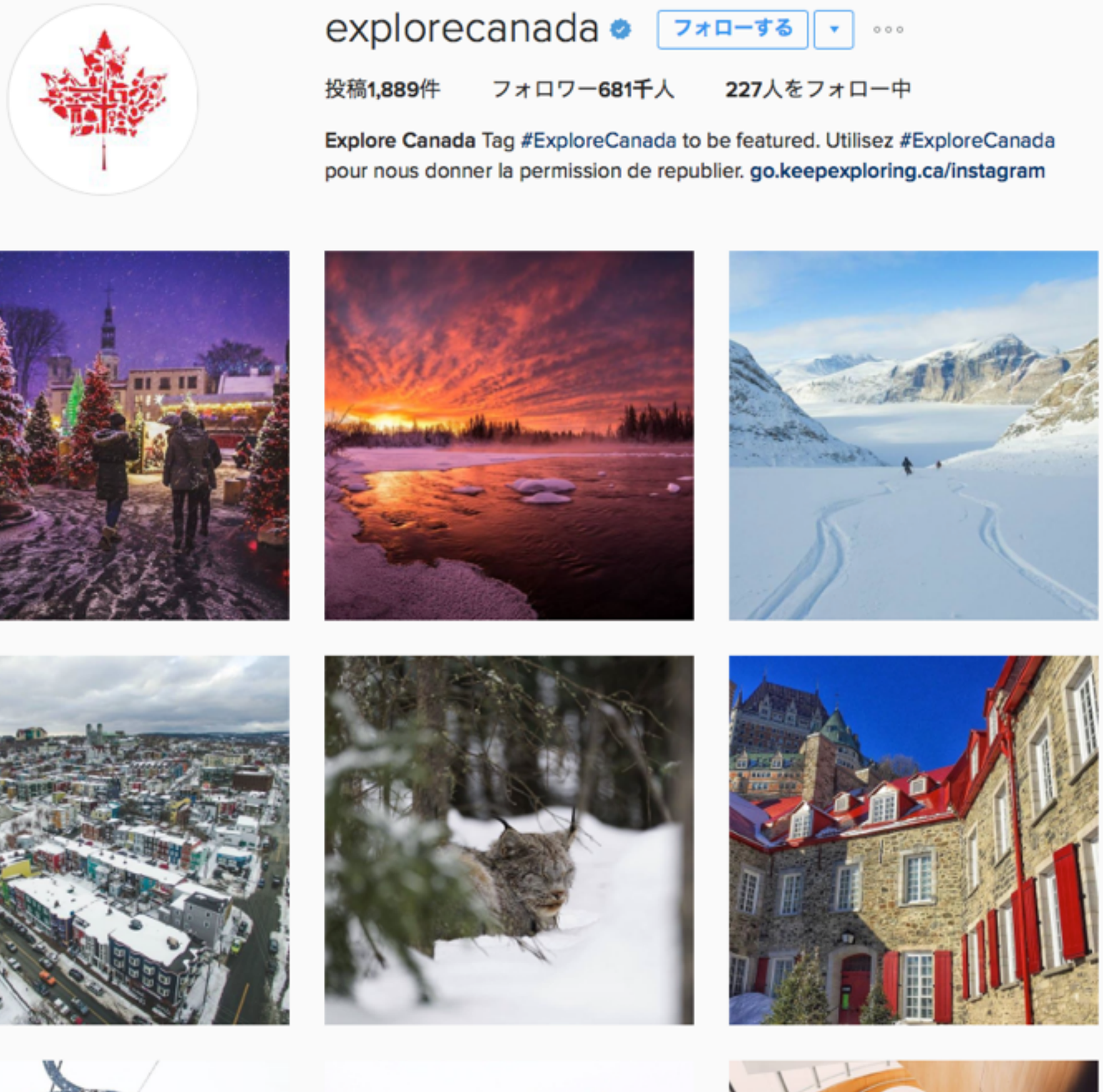
36万8０００イイね！

コルコバードのキリスト像

@vist.rio（リオ・デ・ジャネイロ公式インスタグラム）

730イイね！

#ExploreCanadaのハッシュタグを使った一般ユーザーの写真もセレクト



普段みられないクールな清水寺を紹介

feel_kiyomizudera Follow ▾ ···

246 posts 159k followers 0 following

音羽山 清水寺 | **Kiyomizu-dera** This is the official Instagram site for Kiyomizu-dera temple, Japan. 清水寺のオフィシャルアカウントです。 出会いと発見をテーマに清水寺の"今"を紹介していきます。 **feel.kiyomizudera.or.jp/insight**

SNSのトレンドは
SnapChatやInstagram Storiesなど
動画コンテンツの共有へ
（そしていずれVirtual Realityの共有へ）

写真や動画は飽和状態
東京を超ハイクオリティ撮影した360 Virtual Realityを
先駆的に大量公開すれば話題になる

「ソーシャルメディアはオマケじゃない、主戦場だ！」