

~~道路~~交通情報提供ビジネスの展望



(株)アイ・トランスポート・ラボ
代表取締役 堀口良太



講演のアウトライン

- ITS10年間の功と罪
- 利用者の立場からのITS再構築
- ベンチャーの果たす役割
- 情報提供サービスでのキーテクノロジー



ITSの10年間

- VICSとETCは本格運用段階に .
 - でも,普及のためのシナリオが...
- PTPSのような信号制御高度化は半分実用段階 .
 - これは交通管理者の中で閉じた世界...
- 安全運転支援は道半ば .
- 業務車両の効率化は民間企業の努力で...
- 高度なデータが獲得できることは評価に値する .
 - でも,基本的にはこれまでのインフラ投資が効いているだけ .
- さて...次はなに?
 - 地域ITS? 歩行者ITS? テレマティックス???



ITS市場に漂う閉塞感

- 公共投資によるシステム整備が中心で,民需が追いついてこない .
 - カーナビを売るのがITSの民間市場といわれると寂しい .
- ハコモノ行政ならぬ,ハコモノ市場のツケ
 - サービスに対する支払い意志の希薄さ .
 - ITS業界側がビジネス参入に二の足を踏んでいる .
- 先行する欧米テレマティックビジネスの苦戦
 - しかも同じような情報提供のレベルであれば,すでに管理者によるサービスが提供されている .

ITSによる道路利用効率化の本質

- 従来の交通政策は ,みんなで費用を負担(=税金)していた .
 - 道路建設や信号設置だけでなく,P & R促進などのTDM施策も同じ .
 - 目指すは ,公共の利益 !
- ITSはシステムの一部の費用を ,ユーザに負担してもらうことが前提 .
 - 車載端末を買う,通信コストを負担する ,etc .
 - いくら公共の利益が大きくとも ,個人の利益が増加しなければ ,受け入れられず ,システムも未完結のまま .

「官」製情報提供サービスと 「民」製情報提供サービスの違い

- 「官」は全てのユーザに対して均質なサービスを提供しなければならない .
 - 公共の利益が優先される .
 - 代価は広く,薄く募る .
- 「民」はユーザを選別してサービスを提供できる .
 - 個人の利益を優先できる .
 - 利益を得る利用者だけが相応の代価を支払う .
- 支払い意志のあるユーザをうまく選別することがビジネスとしての情報提供サービスにとって最重要事項 .

TICはITS10年間の最大の功績

- 道路管理者と交通管理者の連携プレー
- 「お上」意識の大転換
 - 管理者ができるところ,やるべきところの境界を明示した.
- なのに...
 - 「大儲けの秘策」を規制緩和を主張している(民間)側がほとんど準備できていない (by 倉沢鉄也氏@日本総研)

一般利用者の目で情報提供サービスを見ると..

- 情報メディアへのコストが家計に占める割合は,それほど大きくない.
 - しかも,キャリアに払う金額がとても大きい.
 - 最近の若者は本どころか,マンガも読まない(読めない)らしい...
- 携帯電話での情報提供サービスにかかる金額は,高々500~600円/月が限度.
 - メインは趣味やエンターテイメント系のサイトだが,こちらは出入りが激しい.
 - 交通情報も,実は人気のあるサイトで,しかも一度はいると長続きする.



一般利用者の目で情報提供サービスを見ると..

- 移動は所詮「付帯行為」に過ぎない。
 - 付帯行為における追加サービスへの出費はシビア。
- が、避けては通れない付帯行為でもある。
 - サービスが必要なときは本当に必要だが、通常は不要！
- だったら、付帯行為の先にある「行為 = アクティビティ」に対するサービスと組み合わせれば...
 - 普段から利用者に受け入れられるサービスとして認知される。



ITSから Intelligent Activity Service へ

- 本当に必要なのは、アクティビティを達成するための移動計画をたてるための交通情報。
 - 予測情報、あるいは過去の実績情報、非日常的な情報。
 - 期待値だけでなく、変動の幅も。
- あるいはアクティビティそのものを決めるための一要因として考慮される交通情報。
 - 特にレジャー活動。
- これらの情報を必要な場面でタイムリーに届ける仕組み。
 - 情報に対して費用を払うのではなく、届けてくれるサービスに払う。

交通情報流通市場のプレイヤー

- データ提供者
 - タクシー, バス, 物流車両, (一般車両).
 - 契約ベースで個人情報の一部を提供.
- 情報卸問屋
 - 道路・交通管理者, および資本力のある企業.
 - 情報仕入れ + 蓄積 + 一次加工.
- サービス小売業者
 - 付加価値の創成と市場の開拓.
 - 鼻の利く・市場密着型の「データリテラシのある」企業.
- サービス購入者 データ提供者
 - 道路利用者だけが得意とは限らない.

技術開発型ベンチャー

各種の実験プロジェクトで評価

ビジネスモデル型ベンチャー

ビジネスモデル型...の予感

- オフピーク道路利用に対する近隣商業施設の割引クーポン配布実験 (携帯コンテンツ会社の持ち込み企画)
 - JH実施の割引クーポン配布実験のインターネット版.
 - 携帯端末の位置情報サービスと組み合わせて, スポットで情報提供.
 - 商業施設の売上が増えれば, 施設運営者からサービスの代価を得ることも...
 - 渋滞が緩和されれば, 道路管理者からサービスの代価を得ることも...

アクティビティを創成する！

- 道の駅「寒河江 チェリーランド」(ITSじゃないけど...)
 - ... けっこうこれは大きな道の駅だと思ってたところが何ヶ所かあったけど、『道の駅「寒河江」』は群を抜いているといっても過言ではない。... <中略>... それに、利用者の多いこと。平日はそうでもないんだろうけど、訪問した時は物凄い人の波。サクラamboをアイテムに寒河江をPRしようと言う意気込みが感じられる...



<http://users.hoops.ne.jp/tonami55/eki-sagae.htm>

組み合わせ一本！のビジネスモデル

- RevoCar (ヴィ・ファクトリー(株))
 - 高級自家用車のリース . リース終了後は中古車市場へ . 高級車は値崩れしないので , 利益がある .
 - 高級車の付加価値として , 車載機に交通情報を提供 . 端末に広告も配信し , 通信料のユーザ負担なし .



「なるほど...」のITSアフォーリズム

- 「H-ITSをやらないとうまくいかない」(T.U.)
 - 世の男性(女性も?)がエッチにける情熱は無限 .

- 「マニアがない市場は広がらない」(H.A.)
 - プリクラは女子高生が新たな楽しみを見つけて広まった .

- 「歴史上、単一情報を扱うメディアが生き残ったことはない」(N.Y.)
 - 雑多な情報が行き交うインターネット文化に吸収される?

「なるほど...」のITSアフォーリズム

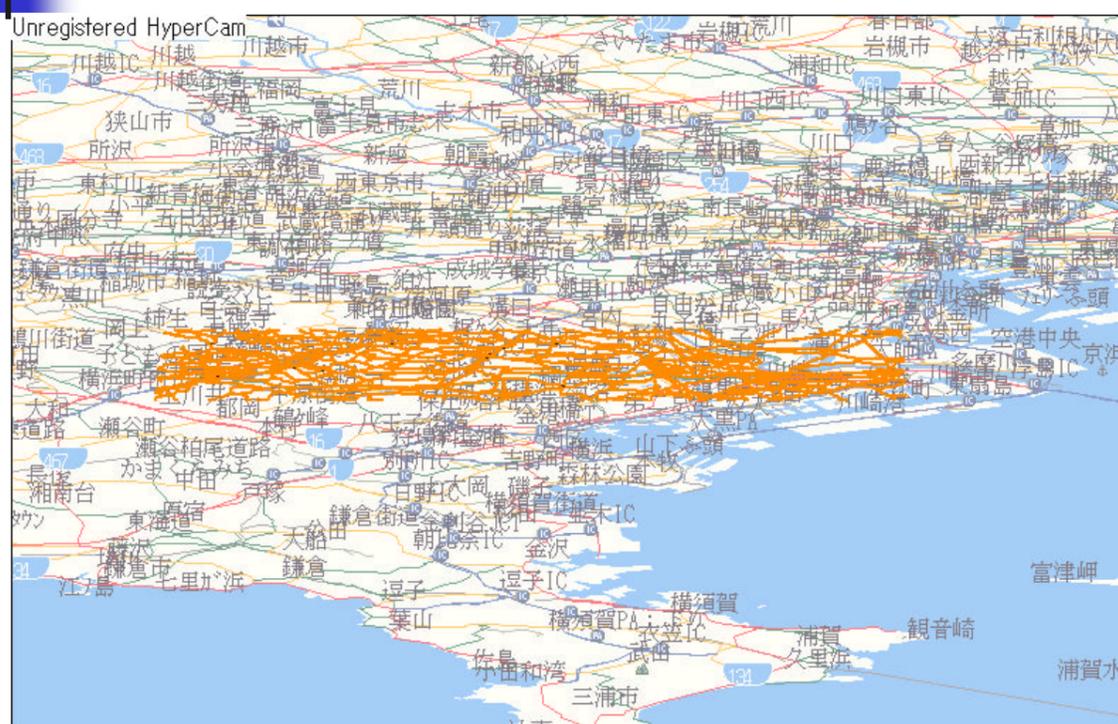
- 「日本語の『情報』に当たる英語は information と intelligent の2つがある」(R.H.)
 - 前者はみんなが知るべき情報、後者は特定の人だけが知るべき情報 . どちらにお金を払うかは、一目瞭然 .

- 「アキナイは小さく当ててコツコツと」(西原理恵子)
 - 大企業文化とは相容れない世界 .

技術開発型ベンチャーの持ちネタ

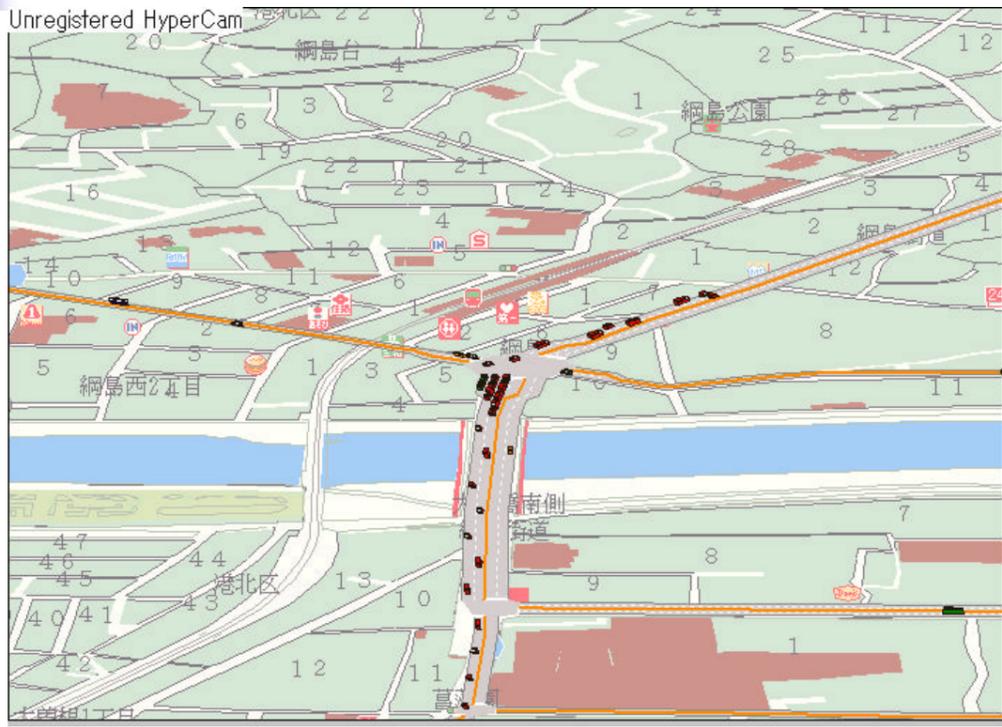
- 研究開発した技術シーズを市場へ供給
 - 交通シミュレーション
 - 渋滞予測技術
 - 交通需要動向予測 ,etc .
- 情報リテラシを活かした付加価値の創成
 - 既設インフラによる収集データとプローブ情報を融合して、より信頼性のある旅行時間情報を生成する .
 - タクシー会社など、プローブとして稼働してもらおう業者への営業フィードバック情報 .

広域都市道路網シミュレーションモデル SOUND/A-21



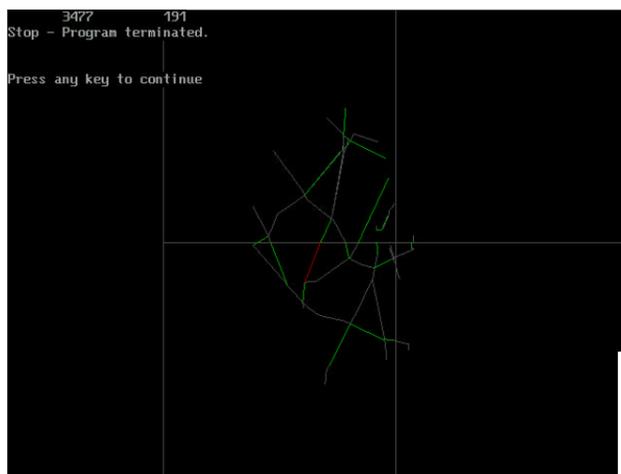
画面は松下通信工業(株)様開発のSOUND/Pのもの

広域都市道路網シミュレーションモデル SOUND/A-21

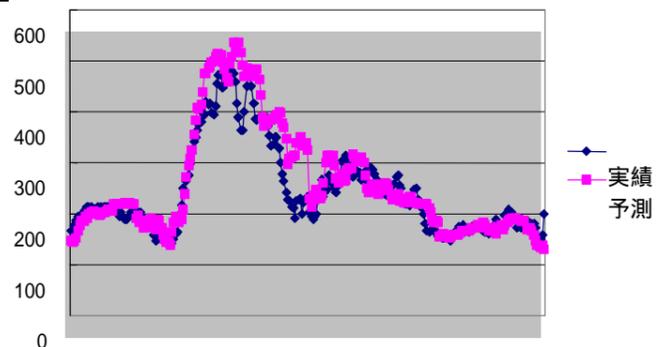


画面は松下通信工業(株)様開発のSOUND/Pのもの

蓄積したVICS情報による旅行時間予測



渋滞影響範囲の自動抽出し,
2時間先の旅行時間を予測



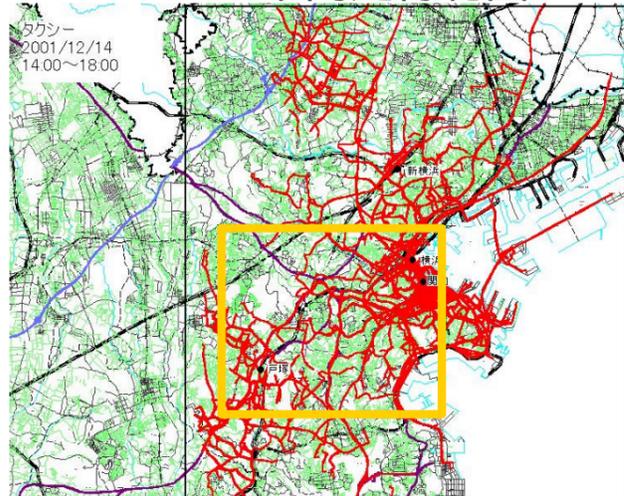
VICS旅行時間の補完

- VICSがカバーしていないリンクの旅行時間情報をプローブで補完する。

VICS旅行時間提供範囲

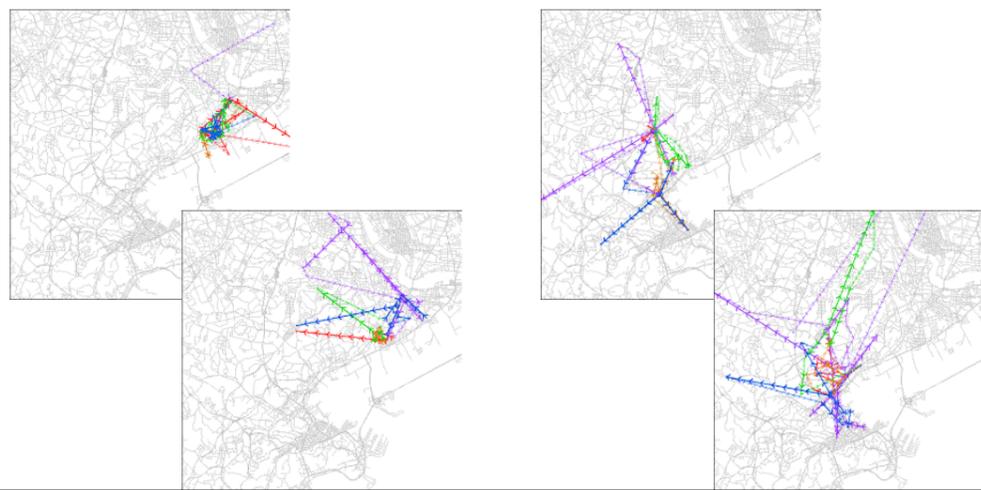


プローブ車両走行範囲



タクシー営業フィードバック情報

- 稼ぎの多いドライバーと少ないドライバーの行動パターンをマイニング。
 - 実車率第1位と第100位の典型的なパターン



期待されるアクティビティ情報 流通ビジネスモデル像

