

訪日客の地域誘致支援

JTBやJCBなどは自治体の訪日客誘致を支援する事業を始める。スマートフォン（スマホ）とカード型の商品券を組み合わせ、訪日客の行動や消費に関するデータを収集。解析結果を自治体に提供して効果のある誘客策につなげてもらう。2月から実証実験を始め、2017年度の事

JTBやJCB

業化をめざす。

両社とNTT、ジャパンシヨッピングツーリズム協会が組んで展開する。JTBとNTTなどが開発した観光情報アプリを活用する訪日客に、JCBのカード型商品券を使ってももらう。アプリには国籍や性別などを事前に入力。利用者の同意を得て位置情報も

行動データ、自治体へ

取得する。これらを商品券の利用情報などとひもづけ、どのような訪日客がどこで何を購入したかといったデータを集める。東京と北海道で参加者を募って実験する。

収集したデータを生かして国籍別の好みなどを解析。どのような特典が有効かといったノウハウを蓄積する。17年度からは効果的な誘客につなげる仕組みとして自治体などに売り込みたい考えだ。