

人流サード・パーティ (3PHL) の誕生と発展可能性

The birth of third-party human logistics (3PHL) and the possibility of its development

寺 前 秀 一
Shuichi TERAMAE

要 約

GPS等の普及により位置情報の取得が容易になり、スマホアプリを活用した人の移動等に関するビジネスが注目を集めている。実交通サービスの提供業や旅行業としてではなく、情報を取次・整理するだけの形態もあり、様々なサービスが展開されている。これらのサービスは、物流界で発展してきたサード・パーティ・ロジスティックス (3PL) と類似する「人流・サード・パーティ」の出現を予測させるものとなっている。科学的な概念樹立に苦戦している「観光」にかえて、外形上とらえられる人の移動や滞在等に着眼した「人流」概念が主張されている。その人流に関するサービスをトータルで提供するビジネスの今後の発展について、その可能性と克服すべき課題について本稿で論じている。物流で進展した規制緩和が人流の世界において今後どのように対応されてゆくべきか、基本的課題を論じるとともに、これまで観光行動と分類されてきたものを含め、人を移動させるモチベーションをウェアラブルデバイスにより収集分析する方向性を考え、観光文化遺伝子ともいえるマーケティングの可能性も示唆するものである。

キーワード：人流・サード・パーティ、特別損害賠償責任、旅程保証責任、使い放題料金 観光文化遺伝子

Summary

GPS and smart-phone have spread. Acquiring positional information becomes easier. As a result, business related "Passenger transportation and lodging" have attracted attention. Its business model, "transportation industry or the travel industry" rather than as, there is also merely relayed the information, various services have been deployed. This service is similar to the third-party logistics, which has been developed in the logistics industry. Therefore, to predict the emergence of "third-party human logistics". Tourism concept, it is difficult to establish scientifically. Therefore, we have insisted on "human logistics" concept that focuses on the "movement and accommodation" of people who are captured on the outline. As for "Movement and accommodation" business, it can be expected to comprehensively provide services. About the challenges to be overcome and its future, we have discussed in this paper. Deregulation in the logistics of the world has been progressed. As for the implementation of deregulation in the world of human logistics, we discussed the basic issues. With using the wearable device, it is considered to collect and analyze the motivation to move persons directly. If successful in it, so-called cultural tourism gene would be found.

Keywords : Human logistics, third-party, the tourist culture gene

1 位置情報と人流

GPS、スマホ等の普及により位置情報を簡便に取得でき、スマホアプリを活用した人の移動、宿泊、余暇活動等を管理する人流に関するビジネスが注目を集めている。配車アプリで輸送サービス

を利用者に仲介するUber、個人の空き部屋をネット上で仲介するAirbnbがその代表例である。世界的に話題になり、その将来性を高く評価する投資家が巨額の資金を提供している。地域等によりその評価は定まっていないものの、共通することは、人流情報に関する特定多数化が可能とな

り、不特定多数概念にその公共性の根拠を求める基盤が崩れ始めだしたことである。

物流の世界では、既に自らの管理する貨物については、バーコード、タグ等を活用することにより、貨物のステータスの完全管理が実施されてきたところであるが、人流については、そのステータス管理を保証できる技術が提供されていなかった。しかしながら、いずれ人流世界でも物流管理の発想に近いものが実施されるであろうという予感があった。Uberの創始者カラニックは2008年パリの会議に参加した時にタクシーを捕まえる事ができなかったという経験を元に、スマートフォンのボタンを押すとタクシーが迎えにきて、支払いはクレジットカードで決済できるUberの基礎が固まったという創業神話を語っている。ドライバー出身のHailo創業者の一人ラッセルも、20年前からこのような配車構想を抱いていた。筆者も2001年に位置情報革命の成果をとりいれる『モバイル交通革命』（東京交通新聞発行）を上梓し提案した。これらのアイデアが発想される基盤には、GPS等の位置情報技術の向上とその情報を簡便かつ廉価に提供できるシステムの社会化が必要であったが、スマートフォン等の登場により可能となった。その結果、位置情報を需要発生時にリアルタイムで (on-demand) 仲介することにより、効率的な交通サービス等を構築させるUberやHailo等が出現した。いずれも個人の位置情報が簡便に入手できる技術が提供されることにより発生したという点で、宅配サービスが個々の荷物のステータス管理を可能とした技術が前提となっているところと共通する。その物流サービスの進化はAmazonに代表されるように、注文のある前に発送準備をするという段階にまで進化するものから、IOT (Internet of things モノのインターネット) のように冷蔵庫の中のものが不足すると自動的に発送を要求するシステムまで考えられているところから、人流の世界においても、個別の移動や宿泊の管理から、個人の移動、滞在等をトータルに予測し管理するサービス (人流・サードパーティ) の出現が予想される場所である。

2 シェアリング・エコノミー概念の登場

UberやAirbnbの登場により、従来から存在したルームシェアやカーシェアリングを更に一段進化させたものとして、シェアリング・エコノミー概念が主張され始めている。「共有型経済」と翻訳されるが、モノをシェアするというよりもサービスをシェアするという意味では「共使型経済」の方が適切であろう。そこにはフランスの人権宣言のように所有権が絶対視された思想が変化し、モノがあふれた社会において、モノの使用に思想のウエイトが移ってきている背景がある。現にマーケティングの世界においては、「モノかサービス」二分法ではなく、「モノもサービスも」包括的に捉える方向に進化してきている。

物流世界では、豊富に存在する管理可能な物流サービスを完全に把握することで多様なニーズに対応できるよう、その制度的弾力性が求められるところから、様々な輸送モードでの規制緩和が実施された。トラックや船舶の物理的数量規制はわが国では廃止された。人流世界においても、豊富に存在する管理可能な人流サービスを把握する技術は実用可能な段階に入ってきているものの、その提供を可能とする制度的弾力性についての議論は成熟していない段階である。

3 公共交通の考え方と特定多数概念の発生

(1) 特定多数概念と個人情報保護

英国の交通法を見ると公共 (public) 交通とは乗合運送 (路線バス) をさし、コントラクトキャリアであるタクシーは含まれていない。しかし流し営業 (street-hiring) をするタクシー (ブラックキャブと呼ばれ個人タクシーが圧倒的に多い) は公共交通に準じた扱いがなされている。呼び出しを受けて配車されるタクシー (ミニキャブと呼ばれ法人タクシーが多い) や貸切自動車は Private Hired Vehicleとしてグルーピングされ、公共交通とは分類されていない。この点が「他人性」「有償性」を重視して営業運送と自家用運送に分類する我が国と大きく異なる場所である。英国流の考え方によれば、自家用車の相乗り利用は公共ということになる。営業用自動車に適当な

英訳が存在しない理由もよく理解できる。

日本を含め社会で相乗りを促進する動向は昔からあるが、スマホの登場でいよいよ実現性が高くなってきた。このことを敏感に感じている者に MOOVIT¹⁾ の開発者がいる。豪州で導入された MOOVIT の紹介文の中で「private and anonymous」といっているように、個人情報か不特定多数の匿名情報かはともかく、地図情報の上ののっている人流情報もパワーである。“multi-model transportation” to the world は “the future” と言っているように、将来のあるビジネスである。日本でも地図情報、人流情報をもとにした人流サード・パーティ・ビジネスが成立する環境が整いつつある。

英国で発達したコモンキャリアの概念は不特定多数概念をもとにつくられたものであるが、もはや不特定という概念は危くなっている。技術的には「個」が識別できるからである。従ってその個人情報保護が叫ばれるようになったのである。

(2) シェアリング思想と営業用概念

運送事業法は、規制の対象とする運送事業を他の行為から画するために規定を設けている。その規定の仕方は、「自動車（船舶、航空機等）」を使用して「他人の需要」に応じて「有償」の「運送行為」を行う「事業」とし、定義を記述するのに法律概念を用いない事実記載型が一般的である。事実記載型といっても、最終的には法的判断によらざるを得ない部分があるが、わが国は判例が少なく、判例の積重ねにより透明性が確保され事前予測が可能な状態とはなっていない。事実上行政庁の裁量に任されていたことからスピード感に欠けるところがあった。この点が、規制緩和の進展とともに行政手続法、行政情報公開法が制定されたように、行政庁の自由裁量では社会の発展を阻害するとの意識が強まり、特にIT関連を中心として国際競争力の阻害にならないよう、具体的事例がなくても事前に法の運用につき行政庁の判断を求めることのできるノーアクションレタールールが閣議決定されている。運送行為のメルクマールである「他人の需要」の判断にあたって、これまで「不特定多数」及びそれに対立する

「特定少数」に漫然と区分されていたものが、インターネット等により「特定多数」の分類をも念頭におかざるをえなくなり、不特定多数を対象とする公共輸送の概念がその分希薄化してきている。そのひとつがライドシェアであり、シェアリングエコノミー概念である。

経済社会的には純粋の無償行為は例外的であり、ほとんどの行為がなんらかの形でその費用を回収している。従って「有償性」の判断も古くから微妙な問題であり、介護タクシー問題に代表されるように単純に判断できなくなっている。ましてやパック旅行制度を活用すれば事実上規制を受けることなく運送サービスを提供することが可能な時代であり、営業行為としての運送行為を区別する意味合いが薄くなってきている。

道路運送法は自動車運送事業発展のためとして営業類似行為を規制してきた。観光地における自家用車による送迎バスも取締りの対象であった。1971年版観光白書では、行政管理庁の勧告に関し「旅館・ホテルで自家用マイクロバスを使用して、旅客輸送類似行為を行っているものが見受けられるが、これは道路運送法に違反」(p.45)と記述している。わざわざ国会に提出される年次報告(観光白書)に記載されている点で、当時の観光行政がおかれていたポジションが推測できる。

営業類似行為を規制する発想は今日でも残存しており、自家用自動車の共同使用を許可制度のもとに置いている。規制緩和の今日でも変わらない。カーシェアリングを運輸白書等で積極的に評価しているものの、共同使用の許可制度のもとではスムーズな政策実現は困難である。共同使用の許可や自動車の登録が電子政府実現で容易になれば普及するかもしれないが、容易になれば制度そのものを不要とする意見が強まるのであろう。

4 乗合・貸切の相対化等意思決定の間際化

貸切運送と乗合運送については、各種旅客運送事業法規制の中で、事業区分として制度化されている。しかし、スマホ等を活用し、貸切運送をパック旅行と組み合わせることにより、実質乗合運送とすることが簡単になり、両者の関係が相対化している。このことを含め人流概念で考察する

と、意思決定の間際化といった現象が発生してきているのである。座席予約はもとより、観光資源の選択、待ち合わせ場所の決定等が直前まで決定されなくなってきた。GPS等の普及により、人流サービス提供者及び利用者の位置情報の取得が容易になり、Uber、Airbnbはもとより、BRIDJ²⁾ Kutsuplus³⁾ といったバス型車両の配車アプリが出現している。日本においても長距離ライドシェアnotteco⁴⁾、タクシーの相乗りあっ旋を行う相乗り屋⁵⁾ といったアプリが登場している。観光地において見知らぬ他人同士がスマホアプリを活用によりわか仕立ての観光集団に変身することで経済効果が期待できるのである。地域によっては高齢者等地元の人に参加することにより観光と公共交通の融合にもつながる。

ロンドンではUberの進出により危機感をもったブラックキャブに対して、乗合を可能とする配車アプリMaaxi⁶⁾ が提案されている。ロンドン交通局のHPにはSHARED FARESのタリフ表が出ているが、タリフ表がなくてもスマホで簡単に運賃計算ができる時代である。複雑な組合せであってもスマホにインストールされた計算表であれば瞬時に計算し、それぞれのクレジットカードから自動引き落としになるから、利用者には煩わしさはないであろう。

5 物流管理思想の人流管理概念への影響

物流の世界で発生したことは人流の世界でも必ず発生している。コンテナの出現等により、国際カルテルである海運同盟体制は崩壊し、グローバルアライアンスの時代を迎えた。ジャンボ機の出現等は座席販売競争からIATA運賃体制を崩壊させ、オープン・スカイ政策を促すこととなり、国際海運の世界に近づいて行った。

物流管理の世界では、米国でphysical distributionの概念が生まれ、調達段階も含めたLogistics概念に変化した。在庫コストの削減は、注文を受けてから生産する状態に限りなく近づけることにある。このため、組織の枠を超えたサプライ・チェーン・マネジメント (SCM) 構築のため、物流管理をすべてアウトソースするサード・パーティー・ロジスティクス (3PL) が企

業戦略として取り入れられた。3PLを可能ならしめる基盤として、運送手段の飽和・多様化とITCの進展があり、数量規制の緩和・撤廃が実施された。このため実力のある物流企業はITCを駆使して企画力、資金力、営業力等を武器にフィジカルハンドリング企業を配下に入れ国際展開している。その頂点にアマゾン等があるといえる。小倉昌男が生み出したヤマトブックサービスは、アマゾンに先立つこと1986年に発足したにもかかわらず、あっという間に追いつかれてしまった。

人流管理の世界は、サービスの客体である利用者が契約の当事者であることが一般的であり、利用者自らの判断で移動・宿泊するウェイトが高く、物流管理で発生したSCMや3PL概念が生まれる環境にこれまではなっていなかった。一部マス・ツーリズムにおいて顧客管理が行われ、旅客運送業者、宿泊サービス業者等における在庫管理システムの進化は見られたものの、物流管理のように、調達段階から消費者への配送段階までをトータルに管理する概念はまだ完成していない。

その一方、配車アプリの登場で、サード・パーティなる用語は使用され始めている。その世界戦略性につき物流企業と同種のを投資家はかぎ分けつつある。これらの新しいサービスを提供するビジネスモデルが、Googleタクシー構想 (図1) に代表されるように直接の対価を期待しない形式を含めて検討されている。いわば原価が陰に隠れたサービスの発生であり、これまでの人流サービスに関する規制体制を大きく変化させる勢



図1 有償・無償は経営者のポリシー

いを潜在化してきている。

6 運送機能の分化とサード・パーティの促進

サード・パーティが発達する基盤は、運送機能が分化していることにある。運送機能は、大きく、集荷集客機能、設備管理機能、労務管理機能に分割でき、それらが各々独立して運送事業に対してサービスを提供する形態が発展していることが、サード・パーティの出現を促進した。

船舶輸送では古くからオーナー・オペレーター
の機能分化が定着しており、航空輸送でも共同運航、ウェットリース、コードシェアといった形で運送行為の機能分化が拡大している。この運送行為の機能分化は事業参入規制制度の緩和を促進させた。集荷集客機能はすでに旅行者、運送取扱事業者といった形で分化していた。事業参入規制とは運送に必要な設備及びその使用状態の量的規制であり、運送設備を利用者に利用させる量を規制する点で、運送設備の賃貸借業の規制に通じる。集荷集客業、労務提供業はその限りにおいて付随的である。この数量規制のもとでは業務の合理化圧力が運送行為の機能分化を促進する役割を担っていた。運送需要には地域性、波動性がある。参入規制制度が社会的に理解され継続されるには機動的対応が必須であり、実運送事業者間の元請・下請（元受・下受）関係で対応され、その結果運送機能の分化が促進された。観光バス等の用車制度がその典型である。単品主催までも販売する旅行業商品の拡大も規制緩和の引き金の一つとなり、数量規制制度を事実上崩壊させた。

7 位置情報技術がもたらす時刻表・停車場方式への影響

山手線の時刻表は標準時刻表であり、需要予測を基に運転間隔を操作して利用者ニーズに対応している。東海道新幹線の「のぞみ」の運行ダイヤもそれに近くなっており、停車場にゆけばほぼ移動サービスが確保されているという意味ではほぼオンデマンドである。しかも交通サービス検索システムの進化は、検索量を分析することで需要の発生を数時間前にほぼ正確に把握することが可能となっているから、需要に弾力的に対応できる可能

表 1 在来型公共交通 vs ユビキタス交通

(著者作成)

	在来型公共交通	ユビキタス交通
代表・構想例	地方ローカル線、路線バス	Uber Hailo Bridj等
社会的課題	財政負担、エネルギー浪費、環境負荷	デジタル・デバイス個人情報保護
情報提供	停車場時刻表	オンデマンド 人流・サードパーティ
制度 (社会コード)	乗合、定時定路線	旅行業の活用 制度創造

性が出てきている。それでもレールから離脱することのできない軌道系輸送機関は、停車場システムを必要とする。駅までは来てもらわなければならないのである。道路系輸送機関にあっても乗合サービスは停車場方式であったが、輸送需要の事前把握により、乗合サービスであってもフリー乗降を可能とさせつつある。交通サービスが時刻表・停車場方式から、オンデマンド・フリー乗降方式に大きく変化をすることができれば、3PHLの基盤が整う（表1）。

8 住宿論議から生まれる人流概念

物流の保管機能に当たるものが、人流では宿泊機能（非日常）、居住機能（日常）であり、宿泊機能は居住機能と対比される。

(1) 人流概念における宿泊機能と居住機能

選挙、納税制度等のもとなる住所、居所を定める居住施設と、旅行者のための宿泊施設は法制度において異なる体系のもとに規定されている。前者は持ち家でない場合は不動産賃貸借契約により提供され、借地・借家法等により権利性の強いものとして保護されてきた。旅館業は「人を宿泊させる」ことであり、生活の本拠を置くような場合、例えばアパートや間借部屋などは建物賃貸業（貸室業・貸家業）であって狭義の旅館・ホテル営業には含まれない。つまり宿泊とは非日常性のものであり、間借り等の日常性のあるものとは区別されるべきであるが、旅館業法は戦前における宿屋取締制度を実質的に引き継ぐ形で成立した沿革的な理由等により、日常性のあるものを対象と

する下宿営業、居住施設をもたない者に対して居住サービスを提供する簡易宿所営業にも適用される点において、結果として住宅政策の一部を担っていた面を有している。

今日、外国人観光客の急増により首都圏の宿泊施設不足が話題になっている一方で、高齢化社会を迎え首都圏の空き家対策が行政課題となっている。宿住いづれにしる決定的に施設が不足していた戦後焼け野原の東京圏では想像のできなかった現象である。従来の政策では住所と宿所を二項対立的に捉えてきた。その結果Airbnbに対する対応においても、旅館業法の適用なのか、借地借家法の適用なのかというコンプライアンスをめぐる議論から始めることになってしまう。物流概念においては、物資が移動している状態も保管されている状態も一連の流れの中でとらえるようになっている。他人の貨物を保管する倉庫営業と、保管施設を賃貸する貸し倉庫の区別を問題視しなくなっている。従って人流概念においても人が移動している状態以外の、就業している状態、楽しみの行為を行っている状態、休息している状態を一連の人流活動として考えることにより、休息状態もコンプライアンスをめぐる二項対立的に捉える対応を回避することが必要となっている。

我が国の住宅政策は持家政策が主で借家政策は従であった。しかし歴史的には借家政策が先行し、再び高齢化社会を迎え、ライフサイクルに合わせた借家政策が求められるようになっていると言える。その借家サービスの提供方式が、利用者の様々なニーズに対応するために、従来の二項

対立的な宿泊の発想では対応できなくなっているのである。特に定期借家権制度の発足は、賃貸借契約の弾力化を可能としウィークリーマンション等の出現を可能としたのである。

(2) 宿泊施設と居住施設の相対化と制度改正の必要性

宿泊事業についての一般法である旅館業法は、第2次世界大戦後の混乱の中で、生活環境や衛生面が極度に劣悪化した反省から、「環境衛生思想の確立が急務」とされ、公衆衛生の見地から1948年に制定された。次いで1957年売春防止法の制定を機に、善良な風俗保持の観点からの規制（学校教育施設との距離制限等）が加えられた。1996年の改正により、従来の旅館業法が業界の取締を主とする管理法であったものが、事業振興法として改正された。旅館業法は有償性を前提とするが、これは無償のものまで規制をする趣旨ではないことによる。参入に関する数量規制のない旅館業法では宿泊料自体の規制は目的とはしない。

治療の一環として医療施設が入院サービスを提供する場合、教育の一環として教育施設が入寮サービスを提供する場合、会社が福利厚生として社員寮サービスを提供する場合等は、旅館業法の宿泊サービスとはみなされない。しかしながら、生活の高度化により、治療、教育等も日常生活の中に溶け込みつつあり、逆に旅館業法に規定される旅館、ホテルにおいても、「生きがい対応型デイサービス」といった形で新たなサービスとして提供され始めている。高齢化時代、生涯学習時代において、これまで宿泊施設とされてきた施設において、旅行者に対する宿泊サービスを主体としたものと生活者に対する教育、医療、介護サービス等を主体としたものとの混在化の進展が予想され、宿泊事業法制度の再構築が必要となってきている。

建物賃貸業の場合、その建物の管理は賃借人に移るが、宿泊事業の場合、宿泊施設の管理権は宿泊事業者にある。建物賃貸サービスの媒介は宅地建物取引業法の適用を受けることとなるが、宿泊サービスの媒介は旅行業法の適用を受けることとなる。従って建物賃貸サービスの統計は宿泊統計

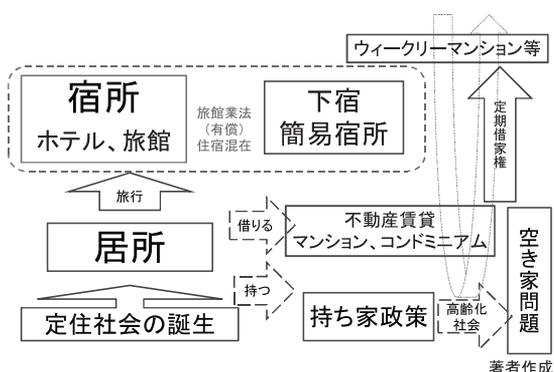


図2 Airbnb誕生の背景 ~住と宿の相対化~

には現れない。旅館業法に規定するホテル営業、旅館営業でなければ東京都宿泊税は課税されないこととなる。貸別荘、ウィークリーマンションは建物賃貸業であり、旅館業法の施設基準等を満たす必要はない。家具付建物賃貸借契約のもとに、別契約として付加サービス（ベッドメイク、清掃等）をあっ旋することにより宿泊サービスと同じ効果を出すことを可能とする状況である。引受義務、施設基準等規制の異なる宿泊制度と建物賃貸借制度について、法制度の再構築を検討しなければならない段階にある。戦後居住施設が不足し、交通機関が未発達であり、宿泊施設も整備されていなかったときは、それぞれ、基本的には住宅法制度、宿泊法制度により対応されてきたが、高度消費社会の今日、両者が相対化した時点では、それぞれの制度の再整理が必要である。

9 3 PHLと旅行業法

科学的な概念樹立が難しい「観光」にかえて、外形上とらえられる人の移動や滞在等に着目した「人流」概念が提案されている。その「人流」に関するサービスをトータルで提供するビジネス（スーパー旅行業）として発展させるためには、現行旅行業法の抱える課題の解明が必要である。

(1) 原価思想の抱える問題点

① パッケージツアーの構造と問題点

パッケージツアーの当事者は、実利用者 (c)、旅行者 (B) 及び実サービス提供者 (b) である。

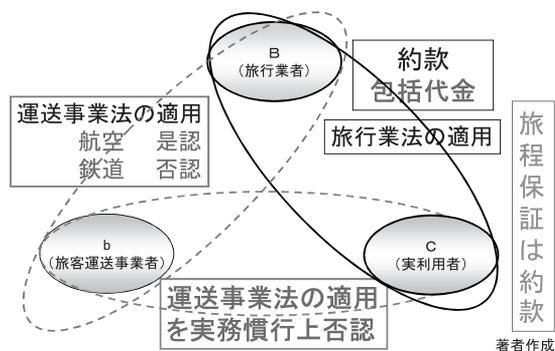


図3 パック旅行者（自己の計算）と旅客運送事業者、実利用者の関係

その三者の関係を示したものが図3であり、パック商品は自己の計算により旅行者が販売するものであるからbとcには契約関係はない。Bとbの関係であるが、事業法規の適用があるとなるとパッケージツアー料金の設定に制約がかかることになる。航空の世界では国際的に適用があるという運用がなされてきており、パック用の特別料金が設定されている（単品パックは認められていない）。鉄道については国鉄運賃法が存在したことから弾力的運用が困難であり、事業法規そのものの適用がないと解釈された。わが国では航空以外は宿泊も含めて国鉄の体系に準じている。いずれにしるパッケージ料金が規制緩和を促進した効果には大きいものがあるが、料金規制が緩和されたことにより、パッケージ料金の魅力そのものが薄くなったことも否定できない。パッケージツアー料金は自己の計算に基づいており、利用者との関係では、旅行業約款に定められた方式により代金が決定されることから、私的契約を根拠に公的な規制が実質かからなくなる制度運用の法的根拠をめぐって議論の余地を残していると言える。

② フリーペーパーのビジネスモデル

リクルートが広告収入を基に無料の就職案内紙を発行するビジネスモデルを確立して以来、フリーペーパーが一般化した。民間ラジオ、テレビの放送ビジネスモデルは、Googleのビジネスモデルに取り入れられ、無料でサービスが提供されている。旅行会社が販売していたパック旅行商品も、利用者からの直接の対価だけではなく、土産物店、航空会社からの販売促進費等によりコストを回収していた。

3 PHLの発想に立てば、ナビゲーション技術を用いてフリーライド商品を提供し、コストはコンビニ等関連産業から回収する発想が生まれてもおかしくはない。その兆しは、宿泊業における無料送迎サービス（お迎えに行く）に見られ、物流で言えば荷物をお届けする感覚である。Google無料タクシーはこのフリーライドの発想を突き詰めたものであり、利用者に原価を感じさせないで乗客が目的とする宝石店等の物販サイドから収入を得るシステムは、人流のビジネスモデルとしては

究極のものである。

③ 3PHLのビジネスモデル

規制緩和によりパッケージ商品の価値が低下した。パック商品を構成する原価構造が利用者にわかりやすくなったこともその原因である。フリーライド商品の登場の背景もわかりやすくなった原価を隠す効果が期待できるからである。物流の3PLも個々の原価を気にせずトータルで管理を請け負う形で登場した。スマホの普及は人流の世界でもサード・パーティの出現を可能にしつつある。先進人流企業として、航空会社やバス・タクシー、ホテル、住宅、レストラン、アトラクション施設等の人流のフィジカルハンドリング会社を配下に入れて、これからグローバルな展開をしてゆくであろう。膨大な人流情報を解析して利用者のニーズに合ったサービスを、しかも先回りして提供できるアルゴリズムを作り上げる企画力、技術力、資金力を持った企業に世界中のファンドが投資をするのであろう。すでにGoogleにはその兆しが表れている。

ロンドンの配車アプリビジネスはネットワークとして国際戦略を考えているから投資家が集まる。中国、インドには無限の人流需要がある。我が国の交通サービスはモードごとには高度な水準にある。しかしながら人流全体として見た場合にそれが高度な水準のまま推移できるかは、スマホに代表されるITCの活用いかんである。日本ではタクシードライバーの流し技術の水準が高く、現状では配車アプリがなかなか普及しない。しかしこのままでは携帯電話のようにガラパゴス化してしまう危険性もある。

(2) 3PHL成立の基盤と特別補償責任、旅程保証責任

物流ビジネスで手配権が重要であるように、人流ビジネスでも手配権が重要である。物流手配権を荷主が持っているように、人流ビジネスでも旅主が持っている。その旅主に対して3PHLはどこまで旅主が満足できる「有限な人生の時間を、効率的に過ごすプラン」を安価に提供できるかが成功のカギとなる。

① 特別補償責任

実力のある3PHLが出現すると、エンドユーザーは運送契約上の問題ではなく、その人流サード・パーティを対象にクレームを提示する。マスコミもそれをサポートする。まさにUberは、話題が先行したこともあり、ドライバーの不始末まで社会的責任を問われたのは、そのことによる。

日本人海外旅行者が増大していた頃、海外での日本人旅行者の事故が多発した。日本のパック旅行商品提供者は、裁判ではその責任を否定されたものの、社会的にはそうはいかなかった。政府は、標準旅行業約款を改正して、特別補償責任を認めることとした。上限があるとは言うものの請負責任を認めたドイツとは異なり、極めて日本的な解決方法でもあった。

この特別補償責任は一回の旅行ごとに考えるものであり、旅行から帰宅後の事故についてまで補償するものではない。しかし、図4に示すよう

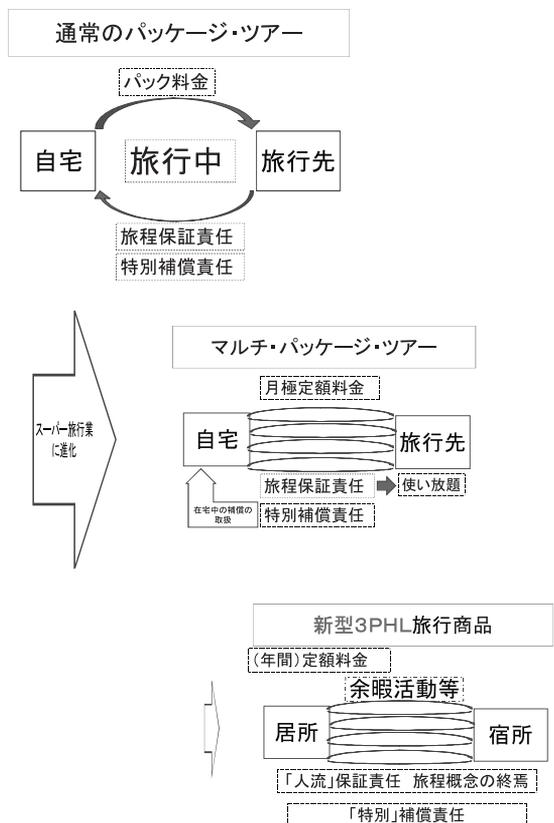


図4 パッケージツアーの進化 著者作成

に、従来の旅行業の枠をこえるいわばスーパー旅行業ともいふべきものが提供するマルチ・パッケージ・ツアーにおいては、自宅を中心に旅行先との複数回の往復移動を前提とする。その場合の自宅滞在中の事故の取扱いが問題となる。現行標準約款では想定していないケースであり、標準約款制度が一律性をもつことの硬直性が問題化するのである。最終的にはコストの問題であり、すべての事故を対象とするのであれば、生涯を通じた傷害保険、生命保険と同じ価値が出てくる。これからの人流企業の企業戦略にもよる。

② 旅程保証の進化と満足度の測定

パッケージツアーは旅行会社はその旅程を保証する責任を負う。この旅程保証はパッケージツアーの中心的概念を形成するものであるが、その設立根拠が標準約款にしか存在しないことの制度的脆弱性が問題である。3PHLの場合、利用者が一定の範囲内で自ら旅程を作成することになる。具体的に定められた旅程を保証するのではなく、一か月なら一か月間に自らが希望する観光地等に自由に足を運び宿泊することを保証するものであるから、あらかじめ旅程が定まっていない場合も想定されるのである。現行受注型企画旅行の拡大版になるが、その内容は契約時点で具体的に確定していないことになる。従って旅程保証という表現がそぐわない。結果において旅程が保証されているということよりも、顧客満足が充足されてい

るか否かということの方がより大きなウェイトを占める新しい種類の旅行商品である。これからの旅行者は「旅行の建築家」から脱皮し「生活の建築家」にならなければならない。

顧客満足は外形的に客観的に把握することが困難であり、紛争のもとにもなる。これまでは顧客のアンケートや苦情処理等により対応がなされてきた。ホスピタリティ・おもてなし論の非科学性が指摘されてきた所以でもある。

一方、ウェアラブルデバイスにより、移動データとともに、観光資源に対する客観的な感性等の脳内反応データ取得が可能となる⁷⁾。これらのビッグデータを人の属性とともに解析することにより、観光、人流行動予測を科学化できる。少なくともアンケート調査といった客観性に欠けるものに頼る必要はなくなる。分析が進化すれば、人々の間で心から心へとコピーされる観光、人流に関わる文化遺伝子 (meme) ともいえるものが解明されるかもしれない。マーケティングツール開発の可能性も開ける (図5)。タクシードライバー、旅館従業員等人流ビジネス従事者の評価方法も客観化できる可能性がある。現在Uberのドライバーは利用した顧客によってWebでオンライン評価されているが、更に進化させられるのである。その結果ホスピタリティ・おもてなしの科学的評価も可能となる。

注

- 1) <http://www.moovitapp.com/>2015年8月15日閲覧
- 2) <http://www.bridj.com/>2015年8月15日閲覧
- 3) <https://kutsuplus.fi/home> 2015年8月15日閲覧
- 4) <https://notteco.jp/>2015年8月15日閲覧
- 5) <http://www.ainoriya.net/>2015年8月15日閲覧
- 6) <https://maaxitaxi.com/>2015年8月15日閲覧
- 7) (社)日本情報経済社会推進協会観光ウェアラブル委員会 (委員長寺前秀一) で調査実施中

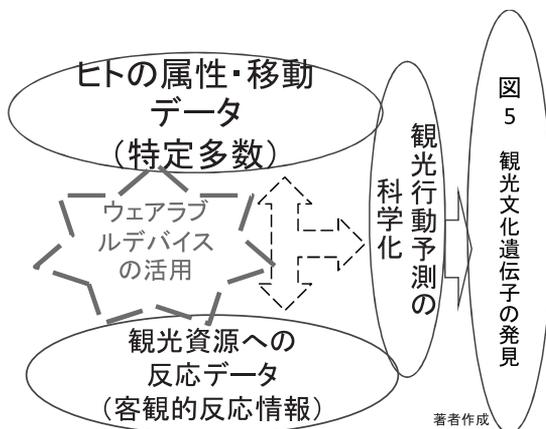


図5 観光文化遺伝子の発見

参考文献

(論文) 寺前秀一 (2005) 「戦後における宿泊制度
の分析と課題」『観光研究』Vol.16 No.2 20～
30ページ

(著書)：寺前秀一 (2007) 『観光政策学』イプシ
ロン企画出版

寺前秀一 (2009) 『ユビキタス時代の人流』シス
テムオリジン

著者は帝京平成大学観光経営学科教授である。

The author is a professor of Teikyoheisei
University PhD