

カーナビDBの基本コンセプト (2008年4月時点)

良質なコンテンツ※1の流通により、活動を活性化させる

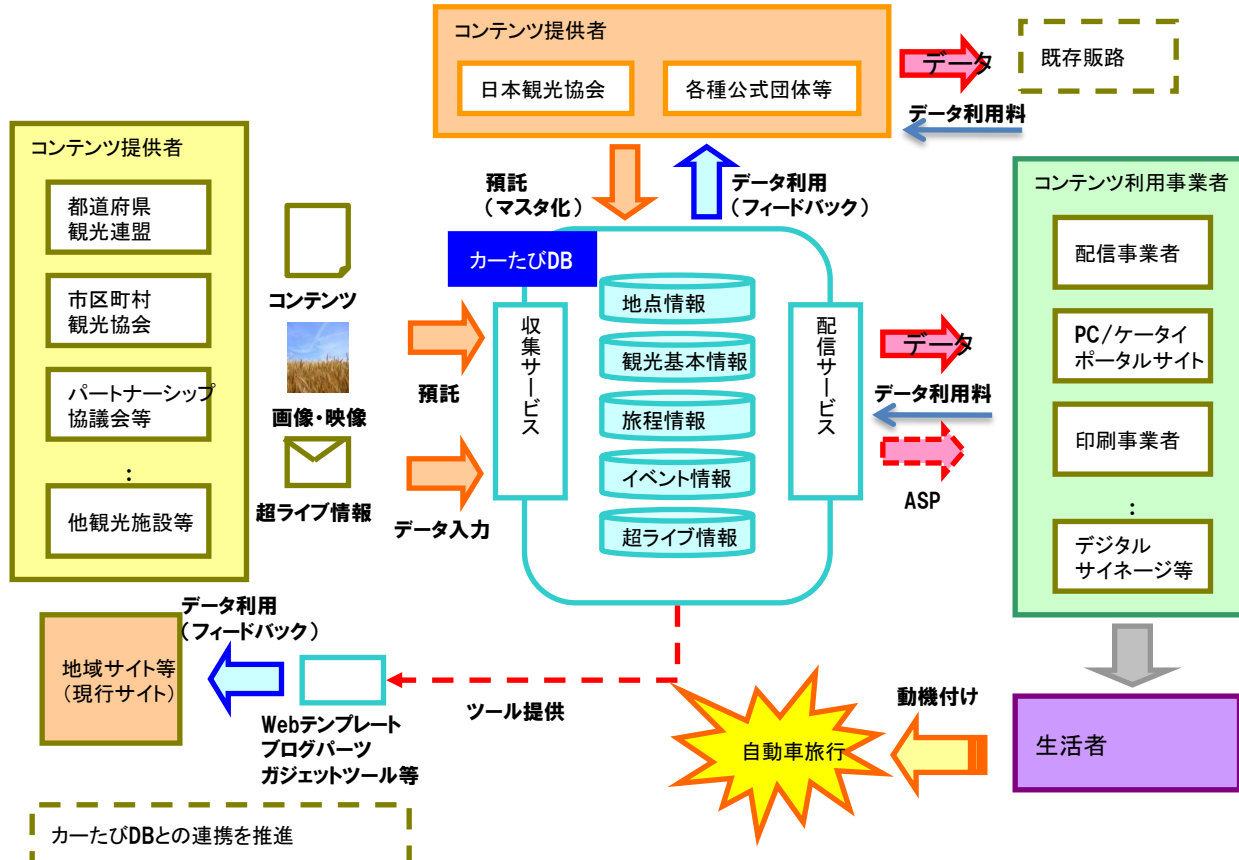
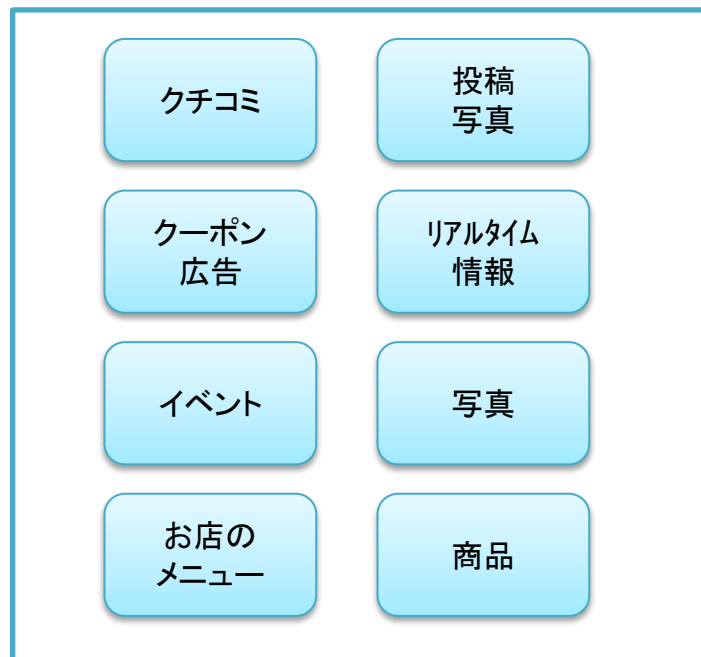


図2 観光コンテンツの流通イメージ

既存データ(日本観光協会、るるぶデータなど)を調べると・・・
レガシーな設計思想で構築されていることが判明・・・

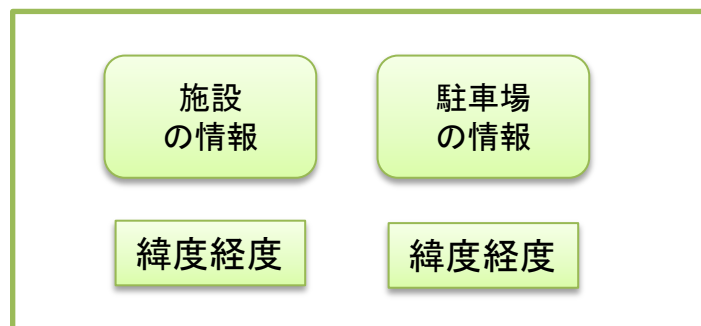
カーナビクラウド部会(旧コンテンツDB部会)で、観光コンテンツのあり方を議論

動的な情報



その日、その時で
最新の情報があるはず・・・

静的な情報



一度、データ化すれば
頻繁には変化しない。

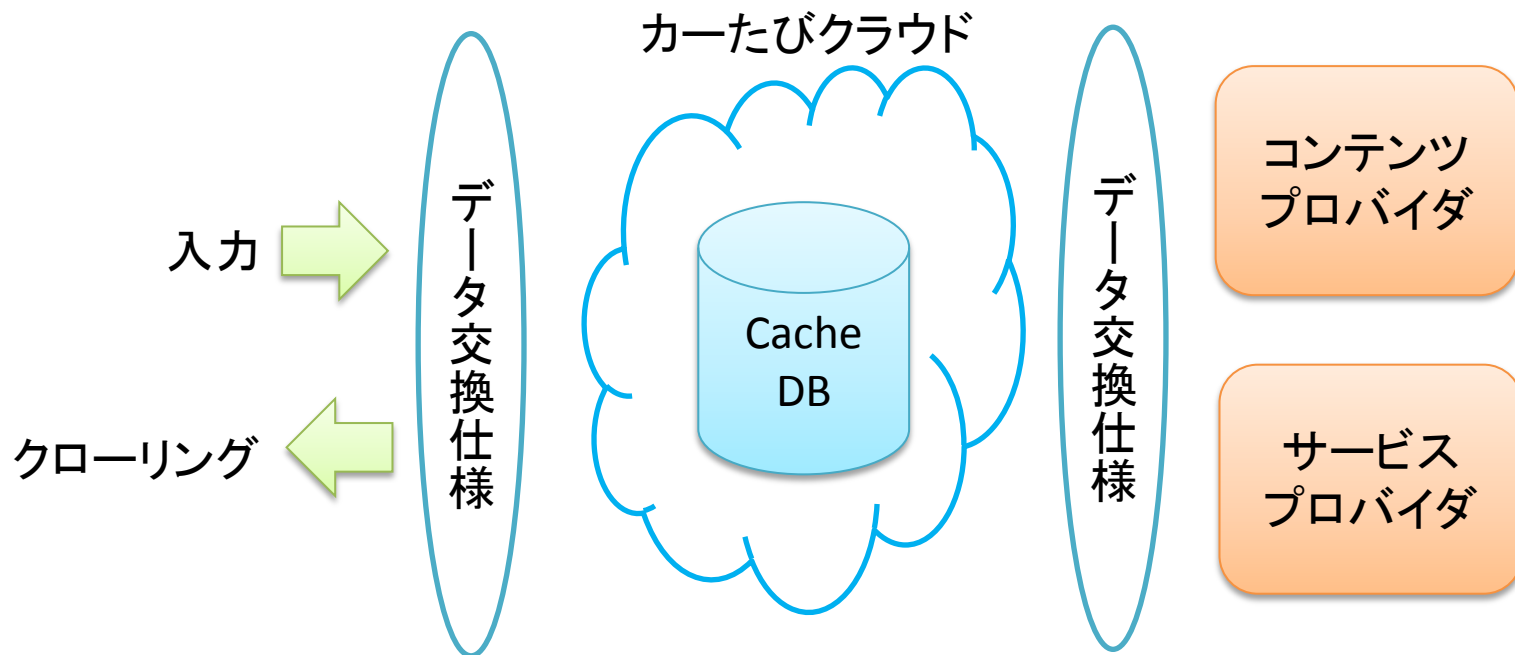
カーナビDB検討時の観光関連情報のレイヤリング

動的な情報レイヤ

静的な情報レイヤ

分類	データ/コンテンツ/メタ	整備すべき人
クチコミ情報 マルチメディア (写真、動画、音声) リアルタイム情報 クーポン、広告 商品 イベント情報	ユーザーによるクチコミなど	<ul style="list-style-type: none"> ・施設、店舗のオーナー ・広告主 ・ユーザー <ul style="list-style-type: none"> ・施設、店舗のオーナー ・広告主 <ul style="list-style-type: none"> ・イベントのオーナー
	写真や動画、音声など	
	リアルタイムの情報	
	施設に関連するクーポンや広告	
	名産品やお土産など	
	施設で行われるイベント情報	
観光基本情報 (施設情報) 地点情報 地図レイヤ	施設の紹介、駐車場の位置など	<ul style="list-style-type: none"> ・施設、店舗のオーナー <ul style="list-style-type: none"> ・国土地理院 ・日本デジタル道路地図協会 ・都道府県GISなど ・ZDC, iPCなどの民間地図会社
	緯度経度	
	Bitmap地図 Vector地図	
	DRMネットワークデータ	

将来のカーナビDBは・・・



- ・コンテンツのレイヤリング (マッシュアップ)
- ・SLAの均一化