



公益社団法人 栃木県経済同友会
国際化推進委員会 ICT研究部会

ICTを活用したサービス提供
による栃木県観光活性化
＜検討報告＞

2013.2.5
とちぎ観光シンポジウム

はじめに

一昨年（2010年）の東日本大震災により、平成23年の栃木県への外国人観光客数（宿泊者数）は対前年比で▲54%と大きく減少している。
これは全国平均の▲35%と比較しても非常に大きな落ち込みである。

このような状況を踏まえ、国際化推進委員会において議論した結果、ICT研究部会では、栃木県の持つ観光地としての豊かなポテンシャルをICTを活用することでフルに引き出し、外国人観光客の満足度を向上させ、今後も大きな潜在需要が見込める“外国人観光客の回復そして増加”を図ることを目的に各種検討を重ねてきた。

本日は、検討結果をご紹介します。

(参考) 栃木県外国人観光客(宿泊者数)の状況(平成23年)

H23年 外国人宿泊数
＜5.5万人＞

前年比－6.4万人

前年比
約－54%

外国人宿泊者数が大幅に
落ち込んでいることから、
“日帰り外国人観光客数”
の大幅減も推定できる。

栃木県 産業労働観光部 観光交流課
「平成23 年栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」より

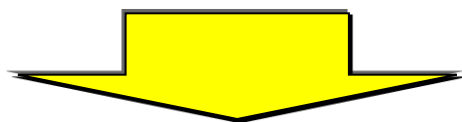
◆参考◆

観光庁(H24.6)発表の「宿泊旅行統計調査報告」によると、**H23年**の
日本国内全体の外国人宿泊者数は、**前年比『－34.6%』**。

栃木県の宿泊者数減少率は、全国減少率より“20%”も悪い！

(参考)外国人観光客(宿泊者数)の潜在需要(平成23年)

	全宿泊者数	外国人宿泊者数	外国人比率
栃木県	647万人	5.5万人	0.85%
京都府	1441万人	105万人	7.0%



京都府と同等レベルの外国人比率(7%)になった場合、外国人宿泊者数は**45万人**と大幅に増やせる見込みがある。

それでは、どうすれば外国人観光客数を回復・増加させることができるのか？

◆放射能汚染に関する風評被害の打破

⇒ 正確な情報発信を継続的に行う <国中心に対応>

◆ 旅行環境に対する不満点の改善

⇒ 情報技術先進国である日本の最先端の I C T を活用し、
環境整備を行うことにより解決する <観光地に対応>

外国人観光客からみた日本の旅行環境に対する不満・要望 (観光庁調査結果)

★限られた地域の地図しか無く行きたい場所に行けない。

・ガイドブックにない穴場スポット、日本の自然や文化を体験・学習できる場所などに行けない

★Webによる情報提供が不足していて情報入手が困難

・観光・交通手段・宿泊・飲食・ATM等の情報が不足している、文化・宗教の違いが意識されていない

★案内板などに日本語表示しかなく理解が困難。

★多言語対応スタッフがいない(少ない)。

★インターネットを利用したくてもWi-Fi環境が少ない。



平成23年度 第3回訪日外国人旅行者の受入環境整備に関する検討会
(平成24年3月14日)資料

外国人旅行者の日本の受入環境に対する不便・不満

これらの不満・要望に対する改善(環境整備)が極めて重要！

外国人観光客の要望を満たすこと(環境の整備)に加え・・・

外国人観光客の約6割が、「日本人の親切さ」に日本の魅力を感じている(日経ビジネス)ことから、他の国では味わえない日本ならではの「おもてなし」の心を付加することで更なる魅力度UPが重要！！

親切

丁寧

思いやり

「おもてなし」の心
The Japanese Omotenashi !!



日本の“おもてなし”の魅力



2008年11月26日(水)記事より抜粋

なるほど！訪日外国人の6割が感動した日本の魅力

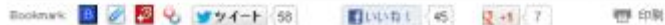
JNTO(日本政府観光局)の「訪日外客 実態調査2006-2007(満足度調査編)」によれば、訪日外国人の9割以上が、訪日旅行に対して満足しており、再度の訪日を希望している。そして、日本の魅力として6割強の訪日外国人が挙げているのは「日本人の親切さ」である。この日本人のホスピタリティの高さは、「訪日前よりも上昇した日本のイメージ」のトップにも挙げられている。「道を聞くと誰しもが一生懸命教えてくれる」「声をかけて無視する人がいない」という、我々日本人にとっては当たり前すぎて自覚のない行動が、訪日外国人にとっては他国にはない素晴らしい魅力として映っているのだ。

「おもてなし」—これは、日本が世界に誇る大きな財産の1つである。



日本の「おもてなしビジネス」はアメリカ進出が可能か？

2011年11月25日(金)11時48分



日本の製造業がもはや国際競争力を失う中で、その代わりにサービス業を産業の柱にしよう、
 ついては日本式のサービス産業を海外に輸出すべきだという意見があります。TPPが今後成立
 してゆく中で、日本の市場へとドンドン外資が入ってくるかも知れず、そうなるとであれば余計に
 新たな産業を外へ出してゆこうというのは、バランス感覚としては自然な話です。

先進国型の市場で、日本以上にサービス産業のマーケットとして巨大な存在といえば、アメリカですが、ではアメリカでは日本流のサービス産業が成立する可能性はあるのでしょうか？

日本經濟新聞

岐阜・高山市 輝く三つ星、外国人招く おもてなしが人気呼ぶ

2012/8/15付

 $(1/2\pi - \varepsilon)$ 

外国人観光客に人気が高い岐阜県高山市。フランスのタイヤメーカー、ミシュランの旅行ガイドでは京都、奈良と並び、三つ星にランクされている。古い町並みが目を引くが、欧州のガラス工芸品を集める世界的な美術館もある。ミシュランの星付き施設を中心に飛騨の小京都を歩いた。

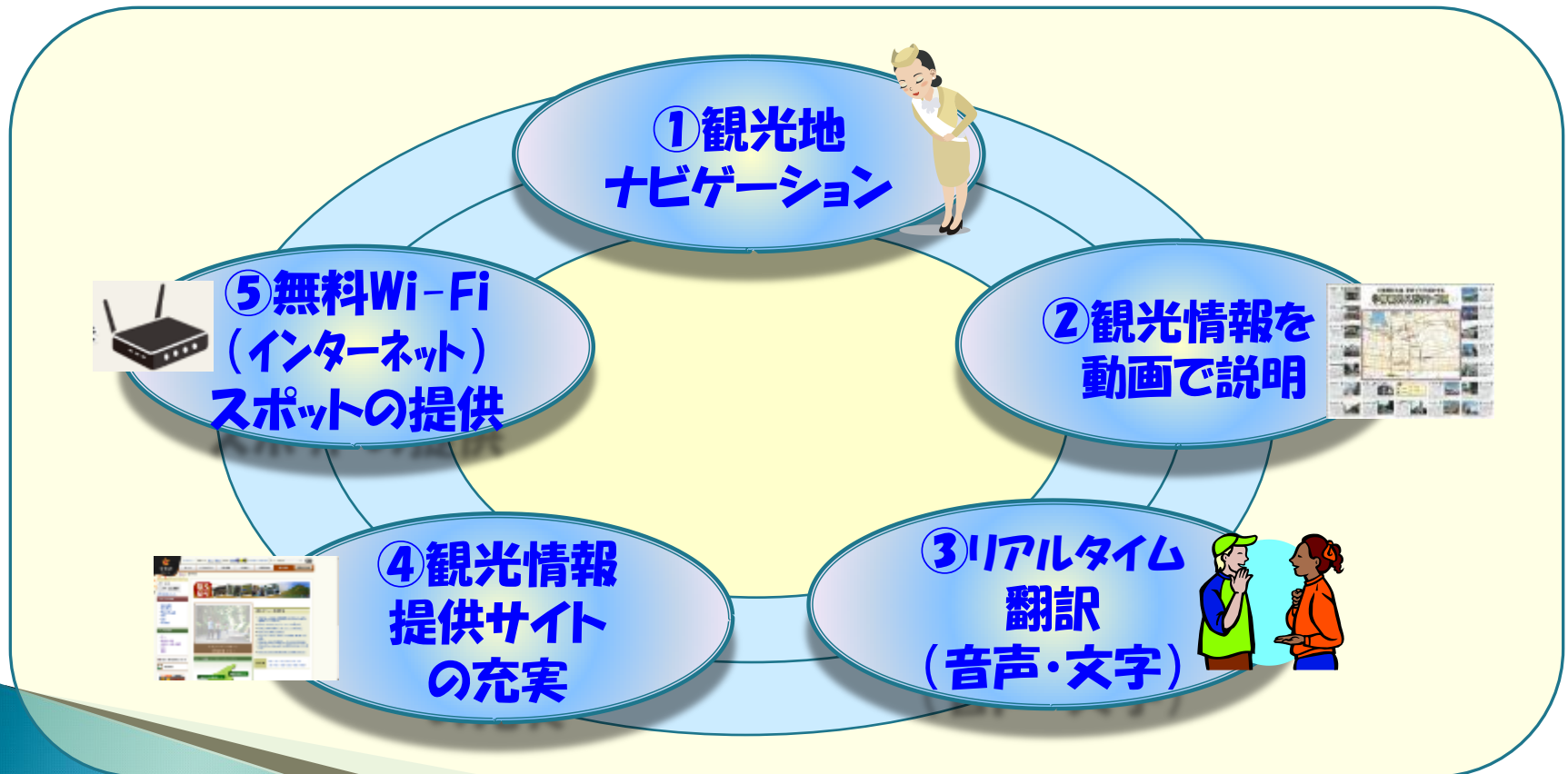


昨年発行された「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」改訂版で高山は「わざわざ旅行する価値がある」三つ星の評価。日本の都市でほかに三つ星を得たのは東京、京都、奈良、日光だけ。大阪、金沢、倉敷、長崎は二つ星、函館、弘前、神戸、萩は一つ星という格付けを見ても、高山の高評価が際立つ。

7月下旬、名古屋から高山を目指す、早くも列車内から欧米系の外国人の姿が目立った。JR高山駅に着き、まず向かったのは飛騨高山美術館。ミシュランは都市だけでなく、施設にも星を付けている。同館は三つ星の評価を受けた施設だ。

「旅行環境整備」+「おもてなしの心」を満たす為、 我々が導き出したICTを活用した『5つのサービス提供』

下記のサービスを提供することで外国人観光客数の回復(増幅)を図ることが必要との結論に至りました。



①『観光地ナビゲーション』サービス

観光地
ナビゲーション



スマートフォンで好みのコースを選択するだけで、まるで母国語を話す観光ガイドさんが同行し説明してくれているかの様に、スマートフォンが観光コースの道案内や観光スポットを説明するサービスです。

【サービス提供イメージ】

- ・観光案内所等でナビゲーション端末(スマートフォン)を貸出します。
- ・利用者は、予め登録されている観光コースの中から好みのコースを選択し周遊を楽しめます。
(例) 中禅寺湖周辺散策、東照宮案内、日光自然ふれ合い、文化体験、有名人お勧め …等
- ・主要な観光スポット以外に、観光ルートの途中にある隠れた穴場観光スポットなどの紹介も行います。
- ・緊急時には、避難場所への誘導を行います。



■おもてナビの画面イメージ

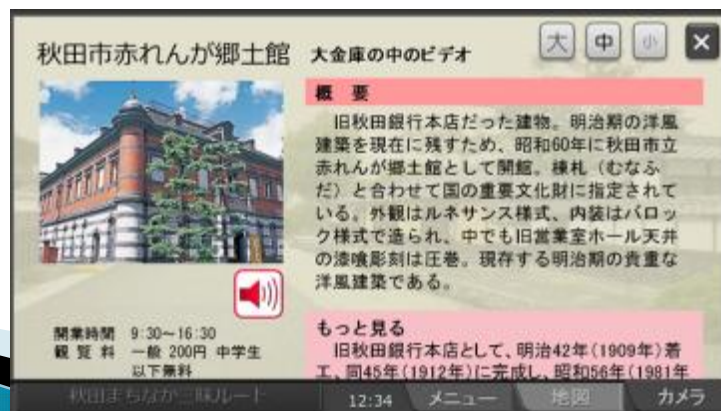
◆地図モード



◆カメラモード



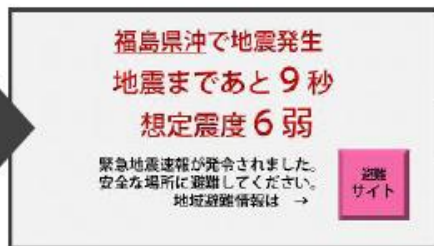
◆観光スポット詳細説明画面



AR: Augmented Reality
(拡張現実)

地震発生！

緊急地震速報を表示



周辺の避難情報表示



最寄り避難所まで誘導



気象庁からの緊急地震速報を受信した瞬間に、使用中のアプリに代わって立上がり（全画面ポップアップ）ユーザー現在地の震度や到達時間等を解析し、画面に表示します。



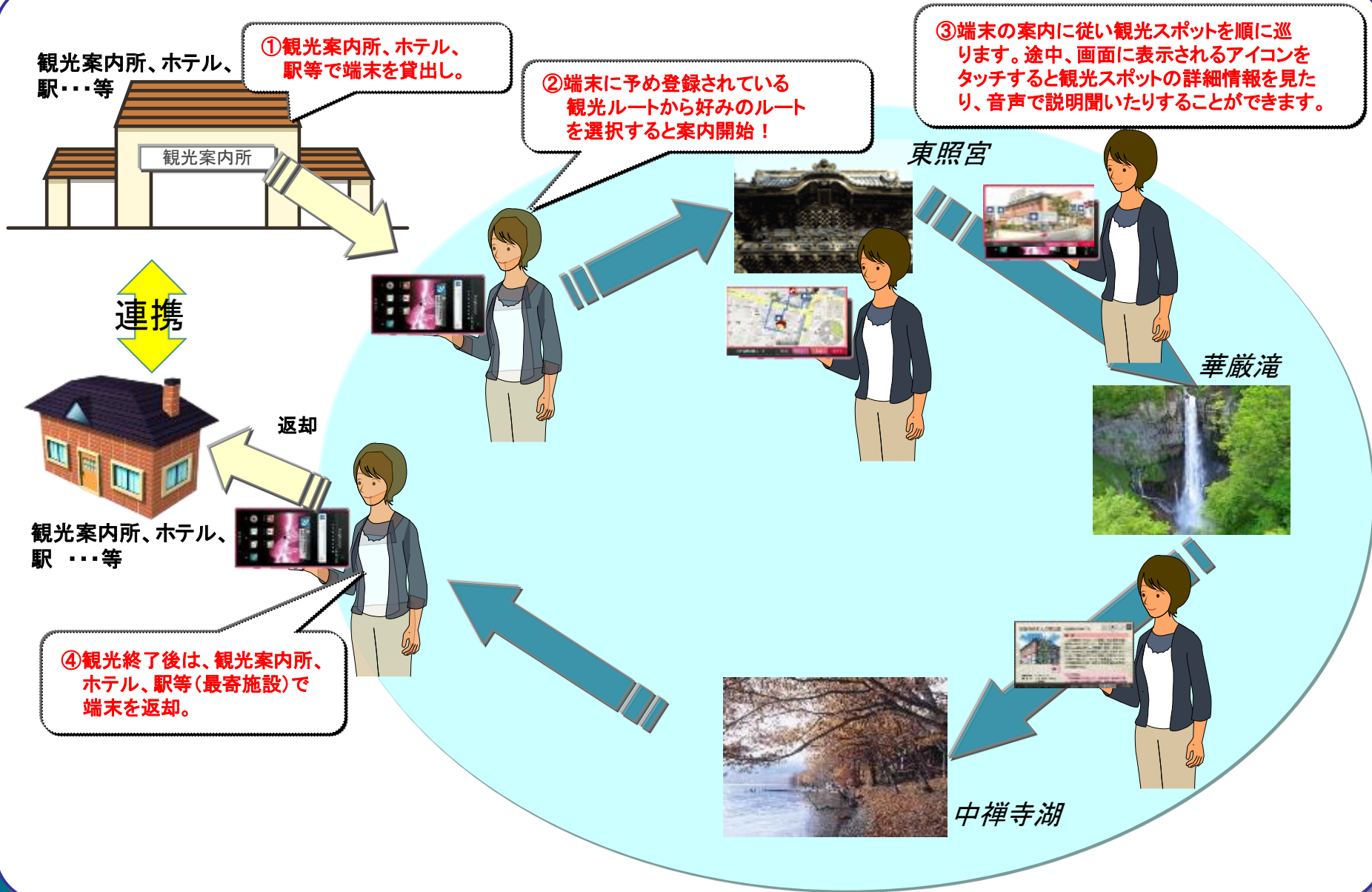
一定時間後、現在地周辺の避難情報（避難所、AED、病院、他）を地図画面で表示します。通信が止まってバッテリーがあれば作動します。



最寄りの避難所までの道順を地図画面に表示するとともに、矢印で避難所まで誘導します。通信が止まってGPSなどをもとに誘導が可能です。



【参考】「観光ナビゲーションサービス」利用イメージ



おもてナビ説明動画 ＜秋田市での導入事例＞



2分01秒

②『観光情報を動画で説明する』サービス

従来の観光案内情報提供は、チラシやホームページ等による文字と静止画での説明が主でした。そのため、特に体験型観光などについては、文化の異なる外国人にはなかなか魅力が伝えられませんでした。

そこで、**動画と音声(多言語)**を使った説明を取り入れることで、今まで伝えられなかった**“真の魅力”**を伝えることができます！

(例) 各種体験型観光、歴史・伝統文化説明、土産物や食べ物の製造工程説明、温泉/ホテル/飲食店などの店舗案内…等



益子焼(ろくろ)作成過程説明



ラフティングなどの体験型観光を説明



東照宮社殿内や歴史について説明



そば打ちの流れを説明



日光彫の歴史を説明

【参考】

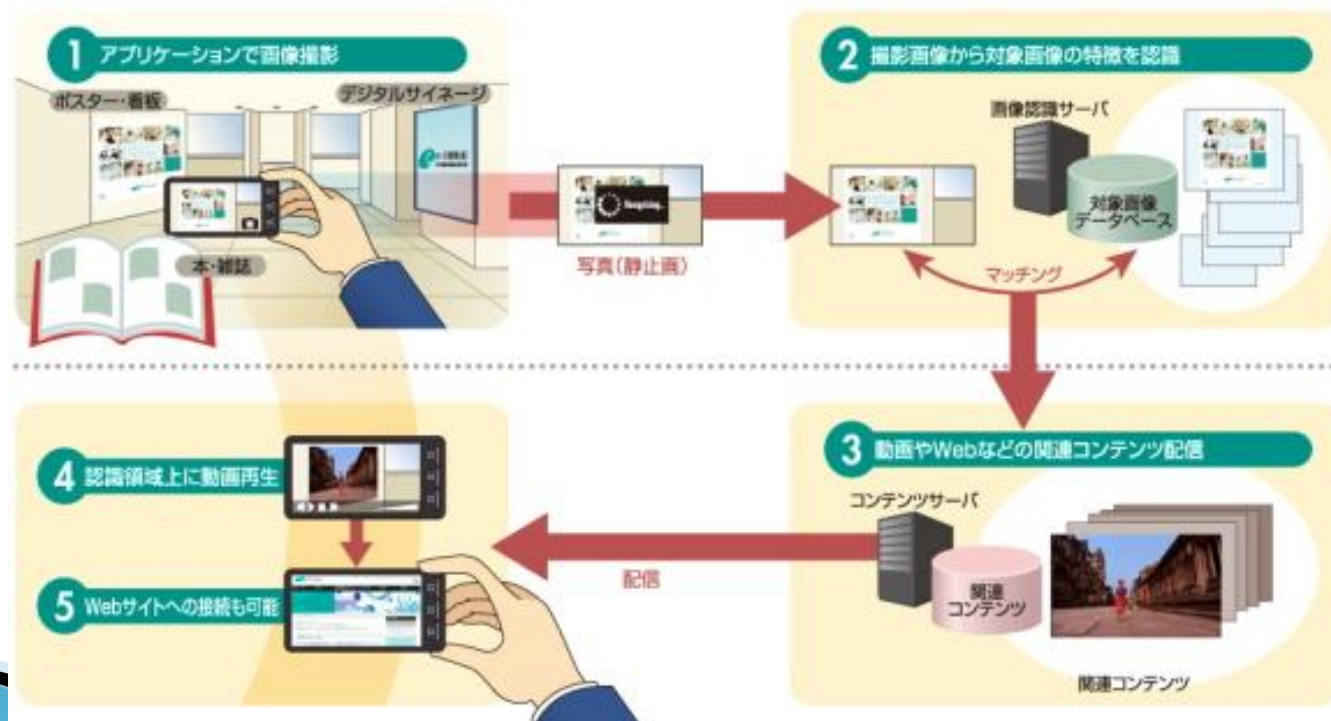


SmartCloud
Start

イメージベースAR

「動く写真」を実現するスマートフォン向けARサービス

- ・スマートフォンのカメラで、観光案内チラシや雑誌に掲載されている気になる写真を撮影すると写真が動画となって動き出し、動画と音声による説明が始まります。
- ・写真以外にも、看板やポスターの撮影を行うことで動画を再生することも可能です。
- ・撮影した写真が動き出す面白さやQRコードの掲載が不要になり、アナログ媒体の価値を高めることが出来ます。



イメージベースAR説明動画



52秒

【参考】訪日外国人観光客 体験型観光実施者の満足度



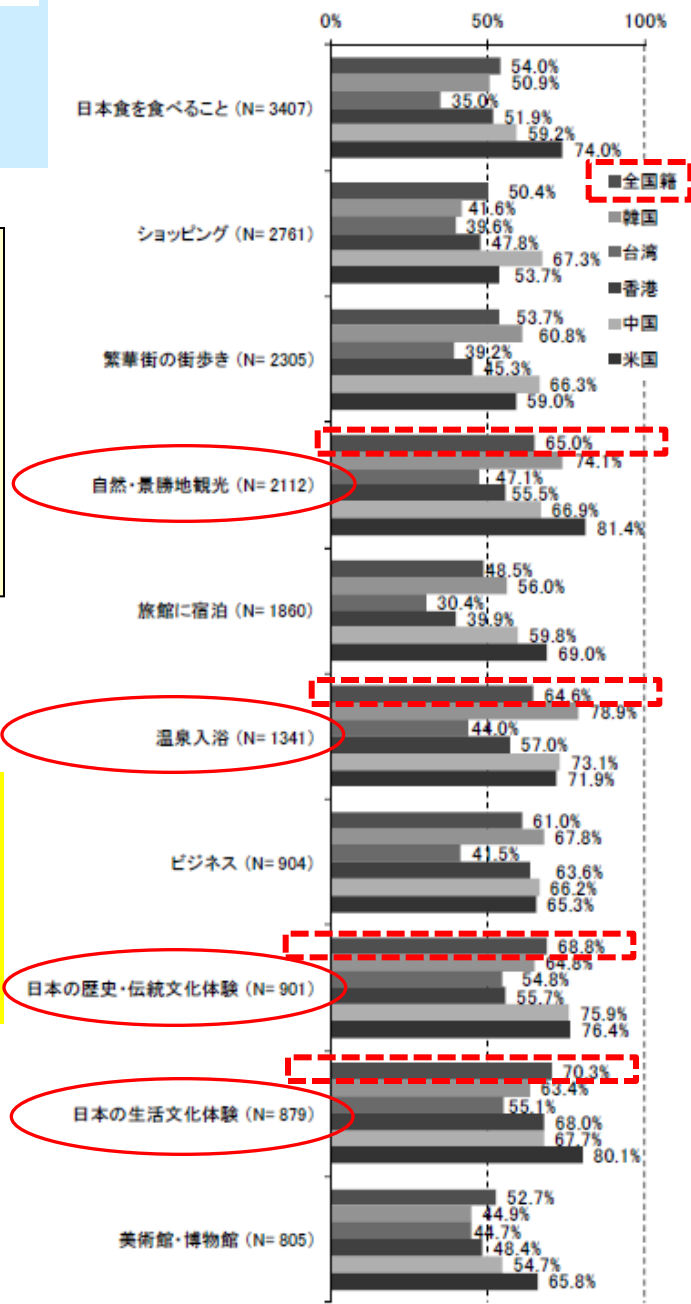
観光庁「訪日外国人の消費動向(H24.4～6月期)」調査結果より

訪日外国人観光客が今回の旅行で実施した活動に対し、「期待以上」、「期待通り」、「不満」の3段階評価で満足度を尋ね、活動実施率上位10位までの中で「期待以上」であった比率を見ると、
自然や日本文化などの「体験型活動」の満足度がいずれも「約6割以上」と非常に高い！



**観光客の満足度を向上させるには、
“体験型観光”の実施を積極的に
促すことが有効と考える！！**

期待以上だった活動
(主要国籍別、実施率上位 10 活動)



③『音声翻訳、文字翻訳』サービス

リアルタイム
翻訳
(音声・文字)



■音声翻訳

スマートフォンに話しかけると、まるで通訳さんがいるかの様にスマートフォンが言葉を翻訳し相手の言語で話しをしてくれるサービスです。

- ・外国人観光客が地元の方と気兼ねなくコミュニケーションをとることができ、日本の文化に気軽に触れることができます。

(例)土産物の説明、飲食店で料理の説明を聞く、地元老人が昔話をする…等

- ・駅、店舗、ホテル、タクシーなど観光地各所に配備することで、外国人観光客の言語でお客様対応が可能となり観光地全体のホスピタリティ向上につながります。

■文字翻訳

飲食店のメニューや街中の標識などにスマートフォンのカメラを向けると、翻訳された文字が画面上に表示されます。

- ・レストランのメニュー、街中の看板や案内板などにスマートフォンのカメラを向けると利用者の言語に翻訳された文字が画面に表示されます。これにより観光客は、迷わず・安心して食事や観光を楽しむことができます。

「はなして翻訳」説明動画



24秒

「うつして翻訳」説明動画



56秒



④『観光情報提供サイトの充実』

体験型観光、周辺観光地情報、異文化外国人を意識した観光情報提供などを行う観光情報サイトの立ち上げ。栃木観光は「**これを見れば全てわかる！**」という充実した“観光情報提供サイト”を準備し、外国人観光客が**情報収集する際に迷わない環境**を提供します。

- ・多言語対応はもちろんのこと、様々な文化や多様性を意識した**外国人が知りたい情報**を徹底的に追求し提供。
- ・行ってみたい、見てみたい、やってみたい、食べてみたい、泊まりたい・・・と思った時に**すぐに予約できるシステム**を提供。(店舗・ホテル等と連携)
- ・無料Wi-Fiスポットを利用することで、スマートフォンなどでいつでも様々な観光情報の収集が行えます。



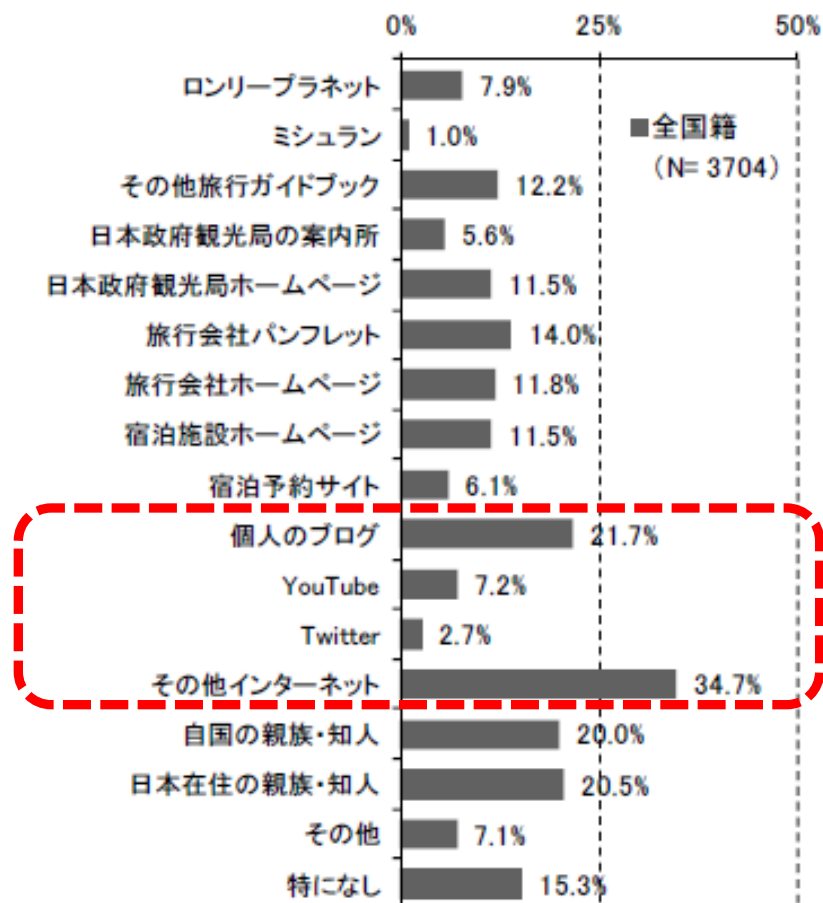
夜、安心して
飲めるお店は？

ベジタリアンが
行けるお店は？

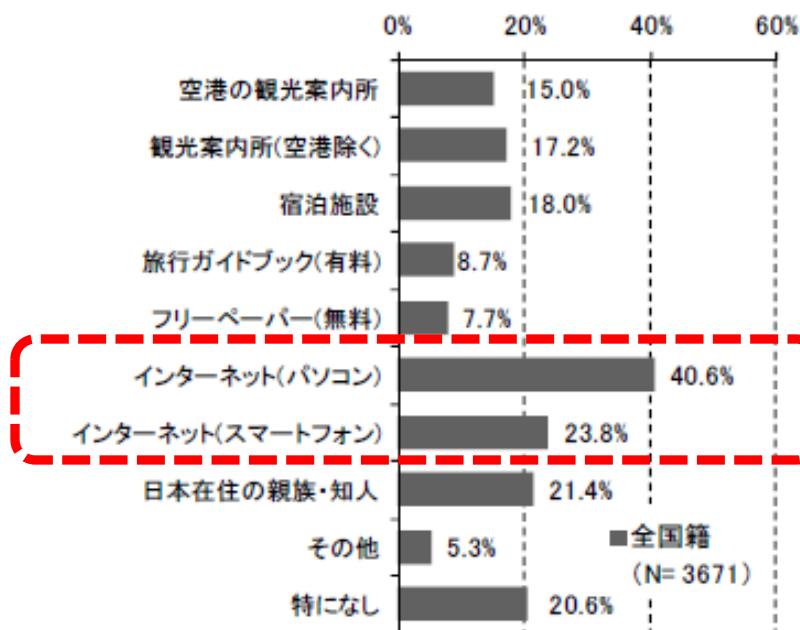
自国のクレジット
カードが使える
ATMは？

【参考】外国人観光客の情報収集手段はインターネット！

出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍、複数回答)



⑤『Wi-Fi(無線LAN)インターネット接続』 サービス

無料Wi-Fi
スポット



★外国人観光客の主な情報収集手段はインターネットです！

◆観光地各所に無料利用できる『Wi-Fiスポット』サービスを提供します。

- ・設置場所は、駅、観光案内所、店舗、観光スポット内などを想定しており、必要な箇所でスポット的にサービスを提供します。(観光地周辺のお店等に協力いただき、観光動線上に設置します)
- ・これにより、観光客は、自国にいる時と同様に様々な観光情報収集等を安心して行えます。
- ・Wi-Fiスポットの利用開始時にWi-Fi設置店舗のクーポン券やお店紹介ページを表示させる等の工夫をすることもでき、Wi-Fi設置店舗等の売り上げアップなども期待できます。
- ・Wi-Fiスポットマップの配布等を行うと共にサービス提供店舗の入口等にWi-Fiサービスを提供していることを表すステッカー等を貼るなどにより観光客にアピールができます。

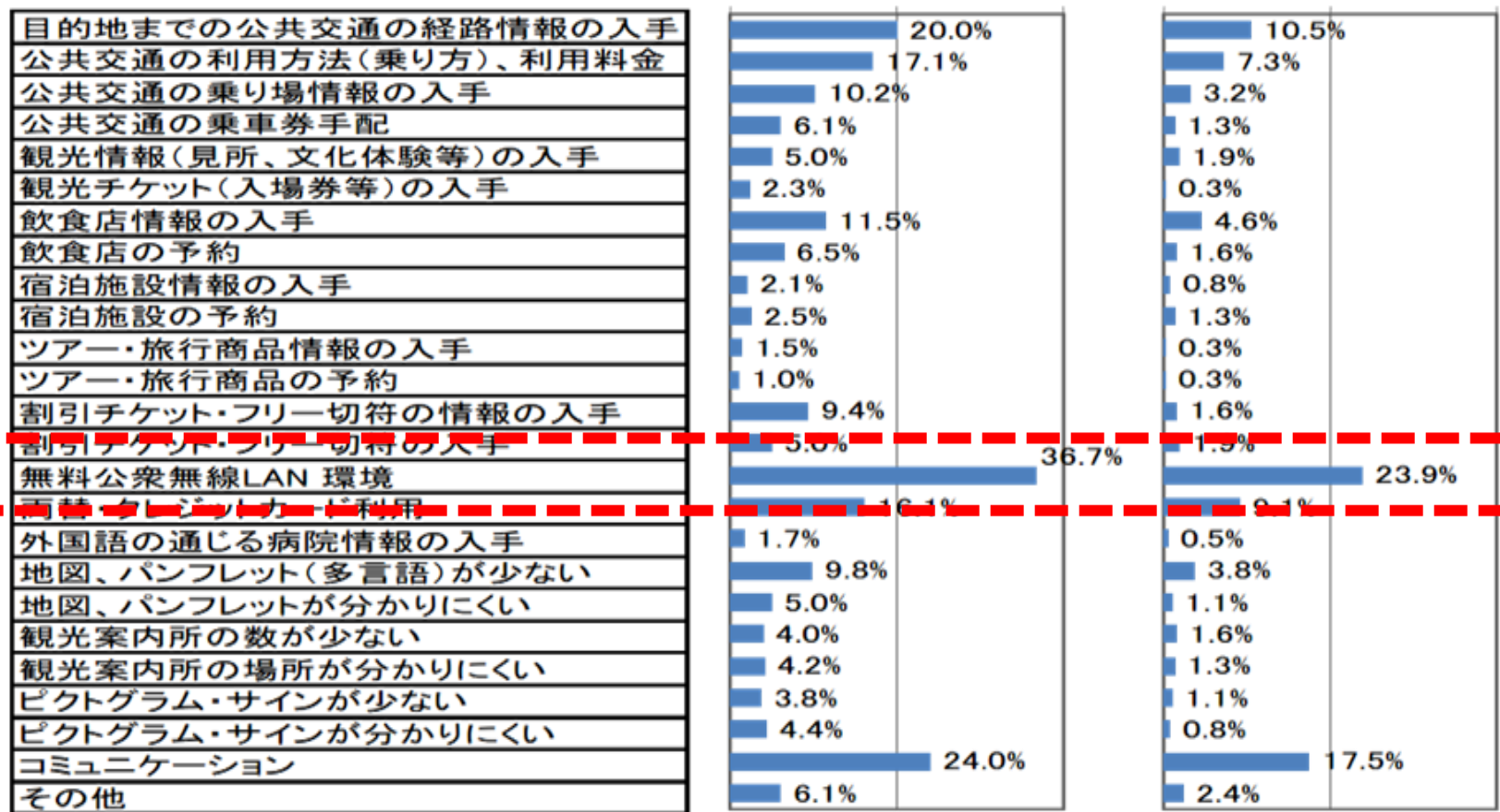


ステッカーイメージ

外国人が“不便”と感じることのNo.1

外国人旅行者が旅行中困ったこと(MA)

旅行中困ったこと(MA) N=479
旅行中最も困ったこと(SA) N=372



No.1

平成23年度 第3回訪日外国人旅行者の受入環境整備に関する検討会(平成24年3月14日)



外国人旅行者の日本の受入環境に対する不便・不満

■日本の外国人旅行者の受入環境に対する意見

(外国人観光案内所を訪問した外国人旅行者アンケート調査、国内の外国人観光案内所の実態調査(平成23年10月実施)より)

分野	外国人旅行者の意見	観光案内所からの意見聴取
公共交通	○フリーパスが充実していない。 ○Japan Rail Passを日本でも購入可能にしてほしい。	○次の目的地までの移動経路、交通手段に関する問い合わせが多い。 ○公共交通の乗り方や利用料金の問い合わせも多い。多くの外国人旅行者が安い料金での移動を求める傾向にある。
両替・クレジットカード利用環境	○日本円への両替が困難であった。 ○帰国時の移動であったためクレジットカード支払いを希望したが、利用できないところがあった。 ○海外発行のクレジットカードが利用できるATMがどこにあるのかを見つけにくい。	○海外発行のクレジットカード利用可能なATM情報についての質問が多い。 ○日本に来て、既にクレジットカードが使えない事態に遭遇しており、その際セブンイレブンでおろした経験があったのだと思われるが、セブンイレブンがどこにあるかという質問も多い。
無料公衆無線LAN環境	○Wi-Fiサービスの充実。 ○外国人旅行者にとって無料公衆無線LAN環境は重要。	○外国人からの無料公衆無線LAN環境へのニーズは非常に高い。 ○入国前にネットで日本を良く調べてきている旅行者が多い。ウェブページをブックマークしておいて、旅行中これらを参照したいということで、無料公衆無線LAN環境の問い合わせも多い。
地図・パンフレット	○広域の地図を入手しづらい。	○観光地のパンフレットは、当該地域の地図しか掲載されていないことが多く、その他の場所の案内には不向きである。そこで、広域的な地図が案内に必要となってくる。
WEBでの情報提供	○WEBサービスを充実させるべき。 ○Wi-Fiスポットの情報提供の充実。	○地図等の情報は自治体単独のものではなく、広域的な情報提供が必要である。
飲食施設	○飲食施設などでの英語の情報が不足している。	○飲食店情報については、おいしい料理を知りたいというニーズに加えて、ベジタリアンや宗教上の制限に関する情報も必要である。
コインロッカー	○コインロッカーは小さい規模の駅にも必要である。	○大型ロッカーの場所に関する質問が多い。

【参考】

国内の他観光地でのWi-Fi導入事例

通信興業新聞

平成24年9月17日(月曜日)



長野市

日本経済新聞

2012/7/26 1:30

NTT東と山梨県、外国人に無料で無線LAN

NTT東日本と山梨県は30日から、スマートフォン（高性能携帯電話＝スマホ）とタブレット（多機能情報端末）を持参する外国人観光客向けに、無線LAN「Wi-Fi（ワイファイ）」に2週間、無料で常時接続できるサービスを県内の観光施設などで始める。接続に必要なIDとパスワードを記したカードを無料配布し、外国人観光客のネット接続環境を向上させる。

同社の営業エリアで短期滞在の外国人にワイファイ接続の「ID・パスワードカード」を配布するのは山梨が初めて。他地域でも同様のサービスを広げたいとしている。

30日に県内の観光案内所7カ所に紙製のカードを計1万枚を置く。カードは英語、中国語、韓国語を併記。IDとパスワードのほか、スマホとタブレットから無線LANに接続するまでの手順書を盛り込んだ。

短期滞在を示すパスポートなどを示しカードを受け取った外国人は、手順に沿って端末の設定画面にID・パスワードを入力すると、2週間いつでも無線LANを利用できる。利用できるのは旅館やホテル飲食店など県内の無線LANに対応する150カ所。県は今後、カードの配布所と対応施設を増やす。

山梨県

産経新聞社

2012年11月8日(木) 福岡市Wi-Fi 月末までに46地点 外国人観光客向け利便性向上 ■国内最大級スマートフォン(多機能携帯電話)の普及に伴い、福岡市が4月から公共施設などに整備を進めている無料公衆無線LANサービス「Fukuoka City Wi-Fi」の接続地点が、11月末までに国内最大級の46地点に拡大すると発表した。国内では携帯電話会社が自社製品向けの拠点を設けているが、外国人観光客らが利用できないことから市は今後も利便性を高めていきたいという。Wi-Fiは高速インターネットに接続できるサービス。福岡市は外国人観光客向けに市の施設などで、日英韓中の4カ国語対応のWi-Fiサービスを実施。犯罪防止のため15分ごとに切れる制限はあるものの、名前とメールアドレスを登録するだけで無料でインターネットに接続できるようにしている。市の外国人を対象にしたアンケートでは無線LANを利用したい場所として「宿泊施設」を挙げる人が64%に上った。今回は初めての宿泊施設としてホテルニューオータニ博多(中央区)の機器で市の接続サービスが使えるようにした。自治体が外国人観光客向けに無料のWi-Fiを整備する動きは各地で広がっており、京都市は来年夏までに現在の数カ所から630カ所に増やす方針を打ち出しているという。

福岡市

京都市

5つのサービス提供による「観光地側」のメリット

★ホスピタリティーレベル(おもてなし品質)がアップし外国人観光客の満足度が大幅に向上！



◆リピーターの増加

- ・体験型観光で栃木の魅力を知ってもらうことで、栃木のイメージ・知名度・話題性がUPし、トータルブランド力もUP。

◆滞在時間・消費単金の増加

- ・提供する観光情報の多様化・充実化により、観光客が今まで到達できなかった情報にアクセスすることができ、新たな観光地へ足を運ばさせることが可能。
- ・ICT技術の活用で、従来のアナログ媒体では実現が困難であった、リアルタイムな情報配信(本日イベント、本日のクーポン、タイムセール開始等)が可能。



★大きな経済効果

京都府レベルの宿泊者の外国人比率(7%)を実現すると、

45万人 × 8.5万円 + α (外国人宿泊単価・買い物代単価※観光庁調査)



380億円
+ α

まとめ

本日ご紹介した各種ICTサービスは、最新技術を利用した最先端のサービスです。現段階において、これらのサービスを統合的に提供する観光地は見当たらず、栃木県で**早期にサービス提供することで大きな話題作り**ができ、同時に日本を代表する観光地「栃木」のポテンシャルを最大限に引き出せます。

また、“**「おもてなし」の心**”により、**多くの外国人を“栃木ファン”にすることが**できるものと考えます。

従って、栃木の観光活性化と復興に向け、自治体（県や市町村）の予算の組み替えや国の補助金利用等も視野に入れた上で、**自治体（観光協会等含む）による積極的かつ主体的なサービス提供を強く期待いたします。**