ICT Close-Up

インバウンド観光×ICT

～観光立国の実現に向けて～

訪日外国人旅行者数は、タイやマレーシアをはじめとする東南諸国に対してビザ発給要件の大幅緩和や2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催決定が追い風となり、2003年のビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）開始以来の政府目標であった年間1,000万人を2013年に初めて達成した。さらなる観光立国の推進を図るべく官民一丸となったインバウンド（訪日外国人旅行および同旅行者）振興に取り組む。そうした中、ICTはインフラ整備や産業強化、地方創生など、様々な取り組みで活用されている。

インバウンド消費が日本経済を下支え

訪日外国人旅行者数は、2013年の約1,036万人から2014年には約1,341万人の29.4％増（対前年同期）を記録。さらに2015年に入っても1～5月の5カ月間で約753万人[※1]の44.9％増を記録しており、2015年目標の1,500万人を大きく上回り1,800万人に達しようかという勢いである。

消費面では、訪日外国人旅行者による「インバウンド消費」は日本経済を下支えするまでの規模に達している。旅行消費額は2014年に2兆278億円に達し、2015年1-3月期は7,066億円で64.4％増。特に、1月にビザが緩和された中国の訪日外客数および1人当たりの旅行支出が大幅に増加したことで、中国からの旅行者の旅行消費は2倍以上に拡大している（図1）。これまでの交通・旅行・宿泊といった狭義の観光産業のみならず、小売・流通・製造などその他の産業へもインバウンド消費が波及している。

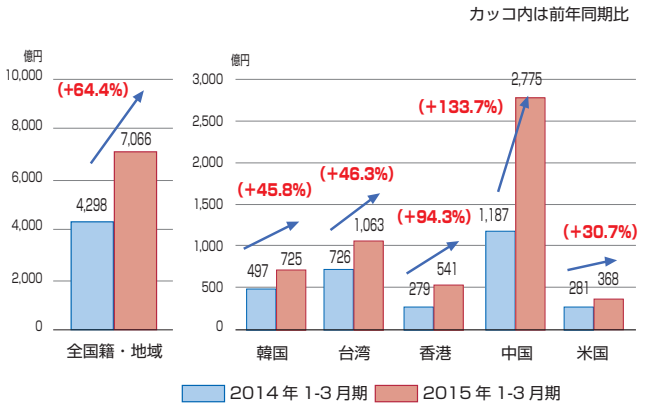
「2,000万人時代」の早期実現に向けたアクション・プログラム

政府は2008年6月に「2020年までに訪日外国人旅行者2,000万人」という目標を掲げたが、2,000万人達成が視野に入ったことから、以下の達成すべき成果目標（KPI）を設定し上方修正[※2]した。

- ●2020年に向けて、2,000万人を目指すとともに、2030年には3,000万人を超えることを目指す
- ●2030年には観光収入でアジアトップクラス入りを目指す
- ●2030年には宿泊客のおよそ6人に1人は外国人となる社会を目指す
- ●2,000万人が訪れる年に、外国人観光客による旅行消費額4兆円を目指す
- ●2,000万人が訪れる年に、日本全国で、40万人の新たな雇用を生み出す

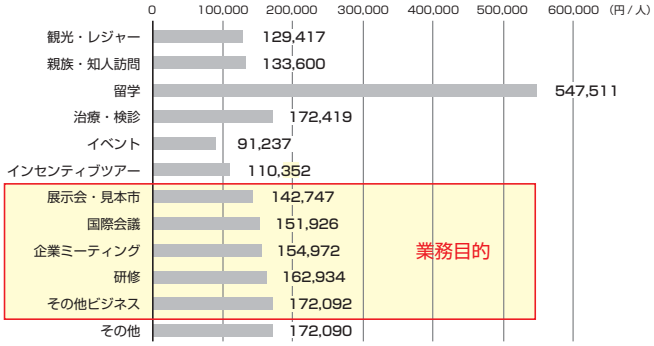
「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015（観光立国推進閣僚会議）では、交通機関や宿泊施設など受け入れ環境の整備を急ピッチで進めるほか、ショッピングツーリズム（買い物観光）の振興と地方による消費拡大に向けた免税店数の300％の増加、自治体・商工会議所・商店関係者らによる「免税商店街」を実現、ATM設置促進などを目指す。また、人口減少・少子高齢化に直面している中、観光の力で地方の需要を生み出し雇用を創出する「地方創生」の取り組みも多数示されている。

観光客に加えて、ビジネス客を積極的に取り込むための来訪・滞在環境の整備も進める。訪日外国人旅行者の日本



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査 平成27年1-3月期」より作成

■図1 訪日外国人旅行消費額の対前年同期比較



主な来訪目的のうち、「ハネムーン」「学校関連の旅行」「スポーツ・スポーツ観戦」「トランジット」については「その他」に含めている。

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査 平成27年1-3月期」より作成

■図2 訪日外国人1人当たり旅行中支出（来訪目的別、四半期速報値）

滞在中の支出を来訪目的別に見ると、業務（展示会・見本市／国際会議／企業ミーティング／研修／その他ビジネス）目的の一人当たり支出は「観光・レジャー」よりも高い（図2）。そのため地方都市のMICE※3の誘致・開催により国内へのビジネスの呼び込みや投資・拠点誘致を促進する。また、2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会という日本の文化や魅力を世界へ発信する大きなチャンスを活かし、2016年のリオデジャネイロ大会後から戦略的な訪日プロモーションを実施し、並行して公共施設・交通インフラのユニバーサル・デザイン、ならびに観光客を地方へ誘客するための施策を充実させる。

政府のICT関連施策

日本政府はICTを「訪日外国人と日本の魅力との懸け橋」と位置付け、国際ローミングや無線Wi-Fi、国内発行SIMなど複数の通信手段を提供するとともに、「日本語の壁」を取り払うことや、ニーズに合った情報提供などを目標に受入環境の整備を行っている。

○無料Wi-Fi環境の整備

日本国内では携帯電話網が全国普及し無料Wi-Fiの利用機会は少ないが、欧米アジア各国では公共施設や観光施設の無料Wi-Fiが非常に普及している。そのため、観光庁の「訪日外国人消費動向調査」で「日本滞在中にあると便利な情報」として「無料Wi-Fi」と回答する割合が多く、かねてより課題であった。

そこで、訪日外国人の利用が見込まれる地点において、携帯電話事業者に依存しない無料Wi-Fiのアクセスポイントを増やすためのエリアオーナーへの働きかけや、認証手続きの簡素化による20万規模のアクセススポットに一度の登録でサインインできる仕組みの構築、共通シンボルマーク「Japan. Free Wi-Fi」の周知・広報などに取り組む（図3）。その取り組みの一環として、2015年4月、共通シンボルマークを掲出する無料Wi-Fiスポットを検索できる「訪日外国人旅行者向けWebサイト」を開設。同サイトは英語・中国語（簡体字・繁体字）・韓国語に対応し、同時に免税店も検索できる。

Japan. Free Wi-Fi

出典：観光庁報道資料

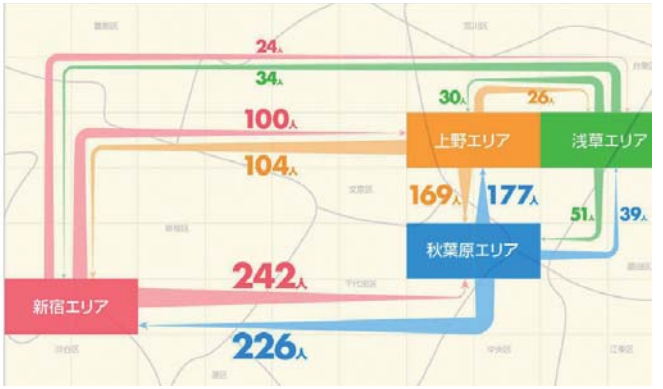
■図3 共通シンボルマーク「Japan. Free Wi-Fi」

○多言語対応の強化

日本滞在中に必要となる情報の多くが日本語以外で提供されていない現状を受け、観光庁は「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」（2014年3月）を策定した。例えば「清水寺」の表記では、現状は「Kiyomizu Temple」「Kiyomizu-dera」「Kiyomizu-dera Temple」が混在しているが、これを「Kiyomizu-dera Temple」に統一するなど具体的な対訳語も示し、多言語対応の統一性・連続性の確保に取り組む。

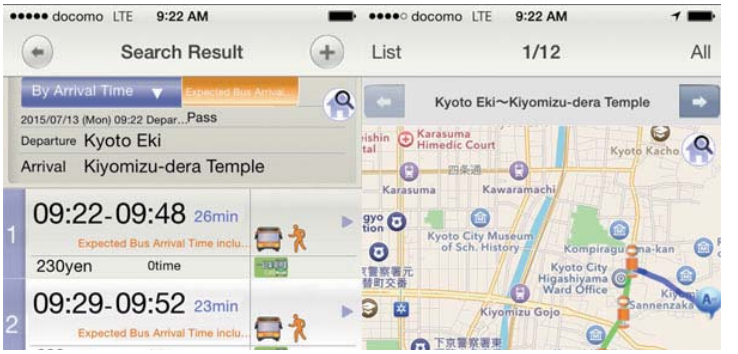
また総務省は、高度な自動翻訳技術によって世界の「言葉の壁」をなくしグローバルで自由な交流を実現するという「グローバルコミュニケーション計画」（2014年）を発表。産官学による開発推進協議会※4は、2020年までに旅行を始め防災・減災、医療、生活分野の会話を10言語で音声翻訳できる技術を実現し、スマートフォン・アプリなどへ適用することを目指している。

※1 出典：日本政府観光局（JNTO）、推計値含む。
※2「日本再興戦略 改訂2015 工程表」2015年6月に発表。
※3 MICE：Meeting（企業等のミーティング）、Incentive（企業等の報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition/Event（展示会・イベント）の総称。
※4 独立行政法人情報通信研究機構（NICT）を中心とした協議会。



出典：観光庁「GPSを用いた訪日外国人旅行者の動態調査」

■図4 ミクロ分析（都心エリアの分析イメージ）



出典：観光庁「GPSを用いた訪日外国人旅行者の動態調査」

■図5「歩くまち京都 バス・鉄道の達人」画面

○デジタルサイネージの機能拡大

公共空間に多く設置され、施設やサービスの案内・企業広告に活用されているデジタルサイネージ（電子看板）は、観光施策においても様々な活用が検討されている。

例えば、主要国際空港における地方プロモーションや、主要空港の二次交通（リムジンバス・JR・私鉄など）情報の一覧性を持った表示を推進するほか、緊急時における災害・避難情報の一斉配信やスマートフォン・タブレット連携による自国語表示などについての検討を進める。また、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催時期には、4K・8K大画面でのパブリックビューイングも利用シーンとして想定している。

○観光ビッグデータを利用した動態調査

観光による地域創生・地域活性化での利活用を視野に、観光庁はICTを活用した訪日外国人観光動態調査を行い、その結果を公開するとともに分析手法の構築を図っている。

GPS機能を活用した流動分析では、ルート検索やスポット検索ができる訪日外国人向けのスマートフォン・アプリを使って移動ログを収集し、ゴールデンルート（滞在場所から人気観光地までの経路）などを分析する（図4）。

Twitterを活用した意識分析では、TwitterやWeibo（微博：中国版Twitter）の書き込みを収集し、訪日外国人が興味・関心を持つ事や満足度、ならびに今後改善すべき受け入れ体制などを観光行動（旅行前・旅行中・旅行後）に即して分析する。

地方・民間の ICT 関連施策

日本へのリピーターが増えるに従い、ツアーに参加せず個人旅行（FIT：Foreign Independent Tour）を楽しむ訪日外国人旅行者が増えている。そのため、地方自治体や観光関連業者はこうしたFIT層を呼び込もうと様々な取り組みを活発化させており、ICTを利活用した取り組みも多い。

○観光アプリによる乗換検索

日本人向けも含む観光アプリは、総務省調査で2014年4月現在100種類以上が提供されている。機能としては「地図・ナビ」が最も多く、以下は「多言語対応」「AR（拡張現実）による案内」などが続く。

2010年に京都市は、歩いて出かけたくなる道路空間と公共交通を整え、賑わいあるまちづくりに取り組んでいる。[※5] 京都市が提供するバスや鉄道の乗換検索アプリでは、日本語と英語の2か国語に対応。地図と駅名の両方から検索できるルート案内のほか、GPS搭載バスによるバス停への到着時刻予測も提供する（図5）。

○観光アプリと連動した通訳サービス

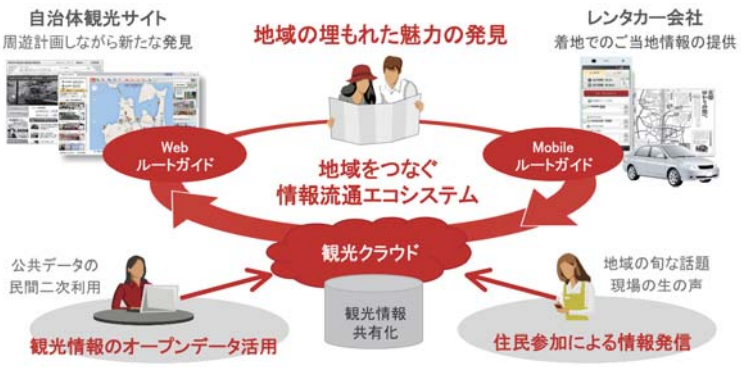
佐賀県観光連盟は、日本語・英語・中国語（簡体字・繁体字）・韓国語・タイ語の6か国語に対応したトラベルサポートのアプリ「DOGANSHITATO ？」（佐賀の方言で「どうしたの？」の意）を2015年1月から提供。観光地・宿・グルメ・クーポン情報・飲食店などに加え、無料Wi-Fiスポットや外貨両替所、海外カード対応ATMなどの紹介およびGPSによるナビゲーションを備える。また24時間365日対応した通訳・観光案内サービスとも連動。国内通話・国際ローミング・Skypeのいずれかでコールセンターと接続でき、外国人だけでなく観光施設側からの通訳依頼にも応えている。

○有名ブロガーによる海外への情報発信

現地メディアやパワーブロガーを視察旅行に招く「ファ

※5「歩くまち・京都」憲章を制定。

■図6「Webルートガイドサービス」画面



■図7オープンデータを活用した観光クラウドモデル

ムトリップ(Familiarization Trip)」を活用し、海外での情報発信に力を入れる地方公共団体も多い。

関西地域振興財団は2015年1月、台湾のネットニュース新聞記者やパワーブロガーを招待。台湾からの旅行者にはまだ馴染みの薄い京都府北部や兵庫県北部・西播磨などを案内し、各地までのアクセス方法や見どころなどをそれぞれのブログで細かく紹介してもらった。

一方、庭園や盆栽などの伝統的なアートに加え、街の至る所に現代アートを配した香川県高松市では、市内在住の外国人ブロガー8人が、「アート」「盆栽・庭園」「食」など7つのテーマで寄稿するブログサイト「Art City Takamatsu」を2008年から運営。英語・韓国語・中国語(簡体字・繁体字)の4か国語に対応、ブログ記事と動画で外国人から見た同市の魅力を世界へ発信している。

インバウンド観光の今後

インターネットによって、観光地から旅行者へダイレクトな情報発信が可能になったことで、観光も大きく変わった。旅行者の居住地にある旅行会社が主体となって観光地へ団体客を送る従来の「発地型観光」から、体験・交流・学習を目的とした滞在コンテンツを観光地がプロデュースして個人客を呼び込む「着地型観光」へシフトしている。

こうした新しい観光地域づくりで注目されているのが、行政・観光協会・観光業者・商工会らによる官民共同の組織「DMO」※6であり、目的地に応じた包括的なブランディング、マーケティング、観光品質の向上に取り組んでいる。

日本でも観光庁が中心となって取り組みは推進されはじめ、観光地域を点から線、線から面へとネットワーク化した誘客が活発化するインバウンド観光において、ICTの利活用はますます進むと見られる。

※6 DMO：Destination Marketing/Management Organization
(観光地域づくり推進法人)

富士通の取り組み

富士通では、着地型観光を推進する地方公共団体に向けて、各団体の観光情報サイトに組み込める周遊ルート計画支援サービス「Webルートガイドサービス」を提供している(図6)。

旅行者が目的の観光スポットを選択すると、自動車で移動する場合の最適なドライブルートのほか、総距離、所要時間、ルート周辺の寄り道情報が分かり、自分の好みに合った旅行プランを作成できる。

「Webルートガイドサービス」は13県55団体で展開され、特に青森県では県内30団体の観光サイトで利用されている。

また、行政の保有する観光情報をオープンデータとして民間開放を促し、その観光情報は地元レンタカー会社による観光案内モバイルサービスで活用。地域の観光情報を地域で相互利用する地域協働型の観光クラウドモデルとしても注目されている(図7)。本サービスは地域創生における先進的な地域情報化事例として、ASPIC「ASP・SaaSクラウドアワード2013」審査委員長特別賞、総務省「地域情報化大賞」特別賞、JEITA「IT・エレクトロニクス×地域活性化百選」などに選定されている。

● 富士通関連サイト
○FUJITSU JOURNAL：行きたい観光スポットを選ぶだけ！最適なおすすめルートがすぐわかる！旅がもっとラクに楽しくなる「Webルートガイドサービス」
http://journal.jp.fujitsu.com/2014/05/08/01/
○オープンデータを用いた青森県での観光クラウド活用事例
http://www.fujitsu.com/jp/group/feast/resources/case-studies/aomori.html

<参考資料>
○観光庁　http://www.mlit.go.jp/kankocho/
○日本政府観光局（JNTO）　http://www.jnto.go.jp/
○総務省：グローバルコミュニケーション計画
http://www.soumu.go.jp/menu_news/kaiken/01koho01_02000275.html
○2020年東京オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会
http://www.2020games.metro.tokyo.jp/multilingual/

〈監修〉：編集委員　藤原 悟　清原（株）