

付録6

持続可能な観光の実現に向けた先進事例集

- | | |
|------------------------|--|
| # 1 規制・財政確保 | 「訪問税」の導入(イタリア ベネチア) |
| # 2 観光教育 | 国際的な環境を活用した教育(千葉県成田市) |
| # 3 データ把握(入込観光客数・宿泊者数) | 観光予報プラットフォーム(日本観光振興協会等) |
| # 4 データ把握 | 訪日旅行者の移動データの活用(Vpon Japan) |
| # 5 データ把握、受入環境整備 | 顔認証技術を活用した顔決済・顔パスによる旅行者の動態把握(和歌山県・南紀白浜) |
| # 6 データ把握(アンケート) | スマートフォンと特産品を活用した外国人観光客へのアンケートの実施(三重県伊賀市) |
| # 7 データ把握・災害対策 | 高度自然言語処理プラットフォームの活用(NEC) |
| # 8 災害時の案内 マナー啓発等 | スマート街路灯を多様な用途で生かす |
| # 9 安全対策 | 訪日客対応へバイリンガルAEDを導入(アパホテル) |
| #10 雇用(公正な賃金) | 等級制度の導入でアルバイトの業務意欲向上へ(アパホテル) |
| #11 住民理解促進 | 地域住民の理解促進に関する調査事業(神奈川県鎌倉市) |
| #12 住民・旅行者理解促進 | 京くみもプレスレット販売による相互理解促進と地域貢献(CHIE-NO-WA) |
| #13 包括的な環境整備 | 受入環境整備と観光資源の保全の両立(愛知県・名古屋城) |
| #14 バリアフリーツアー | 視覚障害者が五感で楽しめる体験ツアー(大分県日田市) |
| #15 人材確保・受入環境整備 | デジタル技術活用による観光案内で人材不足等を解消(渋谷区観光協会) |
| #16 受入環境整備 | パブリックWi-Fiのワンバス化(渋谷区観光協会) |
| #17 受入環境整備 | タブレット型言語音声翻訳サービス「対面ホンヤク」(パナソニック) |
| #18 景観保全 | 景観に配慮した区画スタンドの活用(山分物産) |
| #19 景観保全 | 景観保護を目的とした駐車場の移設(イギリス・ストーンヘンジ遺跡) |
| #20 環境保全 | 季節に応じた入域制限・課金制度導入(北海道・知床) |
| #21 ゴミ削減 | ペットボトルゴミ削減に向けた実証事業(北海道釧路市・阿寒湖地域) |
| #22 環境保全 | 最先端技術を活用した回収ボックスで、ゴミ回収・リサイクルを効率化(日本システムウェア、コカ・コーラ) |
| #23 環境保全 | どんぐりの森づくりで環境保全に貢献(TOTO) |
| #24 環境保全 | 「ECOニスト」認定で社員の環境保全活動を促進(南海電気鉄道) |
| #25 資源保全、新商品開発 | オニヒトデ駆除ツアーで環境保全(高知県土佐清水市・竜串湾) |
| #26 環境保全、新商品開発 | 厄介者の外来種を観光のPRポイントに転換(北海道釧路市・阿寒湖) |
| #27 資源の見せ方 | ありふれた地方の「素」を観光資源に(茨城県桜川市) |
| #28 資源保全 | 財源確保のため旧家屋を修繕し宿坊に(京都市・仁和寺) |
| #29 混雑緩和 | 混雑予想表や山頂以外の御来光スポット紹介で分散化(富士山) |
| #30 混雑緩和 | 人工知能(AI)を使ったチャットコンシェルジュサービス(BESPOKE) |
| #31 混雑緩和 | 電車混雑回避ナビゲーション(ナビタイムジャパン) |
| #32 マナー啓発 | マナー啓発動画の製作(観光庁) |
| #33 マナー啓発 | プッシュ通知でマナー啓発(京都市・祇園町南側地区) |
| #34 マナー違反对策 | 渋谷駅周辺地域の安全で安心な環境の確保に関する条例の制定(東京都渋谷区) |
| #35 マナー啓発 | マナー向上を促す「農家の思いを伝える」看板の設置(北海道美瑛町) |
| #36 マナー啓発 | ごみ箱マップ、お揃いTシャツなど地域一体で対策(京都市・嵯峨嵐山) |
| #37 マナー啓発 | ユーモラスな動画で温泉マナーを紹介(星野リゾート) |
| #38 案内、マナー啓発等 | 多言語対応の漫画で観光案内、マナー啓発等(サイドランチ) |
| #39 マナー啓発 | 環境配慮への「誓約書」署名を義務付け(パラオ) |
| #40 マナー違反对策(規制) | 「スペイン階段」での座り込み禁止条例施行(イタリア ローマ) |
| #41 マナー違反对策(規制) | 夜間と休日の通りへの立入り規制(フランス パリ・クレミュー通り) |
| #42 マナー啓発 | 22時以降の騒音規制を周知(チェコ プラハ) |
| #43 マナー啓発 | ツアーバス降車前のマナーレクチャーの実施(タイ チェンライ) |

※本先進事例集は、2019年6月にとりまとめた事例集 (<https://www.mlit.go.jp/common/001293018.pdf>) の追加事例になります。

#1 規制・財政確保

「訪問税」の導入（イタリア ベネチア）

年間数千万人の観光客が訪れるベネチア市では、観光客の増加に伴う生活環境の悪化に住民が不満を募らせていた。

そこで、市内を清潔で安全に保つためにかかる費用を捻出するため、2020年7月より市を訪れる人を対象に「訪問税」を徴収することを決めた。税額は2.5～10（約315～1260円）ユーロで、季節により調整される。訪問税は、ベネチアに到着する、飛行機、電車、バス、フェリーなどの交通機関の運賃に含まれる形で支払われる予定。

#2 観光教育

国際的な環境を活用した教育（千葉県成田市）

千葉県成田市の小中学校では、成田空港を擁し多くの外国人が訪問・滞在する成田市の特徴を生かし、生徒児童が異文化の理解、国際感覚、コミュニケーション能力を身に付けるための様々なプログラムを実施している。

その取り組みのひとつとして、観光地（成田山参道）や空港（成田空港）で外国人観光客に道案内をする活動などが複数の小学校で実施されている。

【参考URL】

平成30年度版「なりたの教育」
<https://www.city.narita.chiba.jp/content/000072249.pdf>

令和元年度版「なりたの教育」
<https://www.city.narita.chiba.jp/content/000086251.pdf>

#3 データ把握（入込観光客数・宿泊者数）

観光予報プラットフォーム（日本観光振興協会等）

地域のプロモーションのため、地域事業者やPR施策の計画に役立つデータを提供する「観光予報プラットフォーム」の活用が推進されている。日本観光振興協会や旅行大手各社らが共同で取り組む同プラットフォームは、2013年1月以降の全宿泊データのうち、1億2200万泊以上（2018年12月末現在）のサンプリングデータを抽出し、宿泊者数の実績と予測データを算出。宿泊データや宿泊予報データ等を提供する。これまで観光協会や飲食店、ホテルなどでの活用事例がある。

データは、旅行会社の店頭および日本語・外国語のネット販売における匿名加工情報を基軸とし、都道府県または市区町村単位で算出可能。2週間毎にデータ更新（約100～300万泊分）された最新のものが月2回エクセルデータで確認できる。エリア指定のほか、任意項目のクロス集計データ、宿泊料の集計、属性分析、来訪者数の国籍ランキングなど多様なニーズに応えることができる。約59万件以上の地域資源データを基に「見る」、「食べる」、「泊まる」など利用者目線でカテゴライズしたデータも割り出せ、需要が高まる「訪日外国人客向けサービスの向上」にも役立てられる。



観光予報プラットフォーム画面例

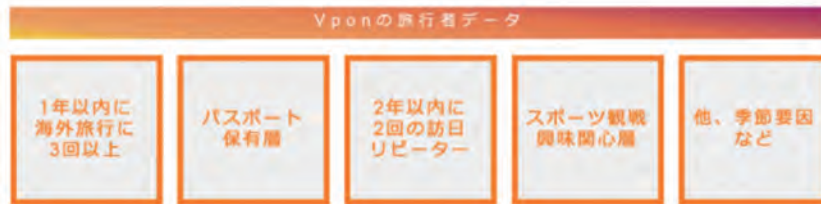
【参考URL】

公益社団法人日本観光振興協会「観光予報プラットフォームを活用したAI活用型高度データ共有化プラットフォームの実証について」
https://kankouyohou.com/docs/newsrelease_20191205.pdf

#4 データ把握

訪日旅行者の移動データの活用（Vpon Japan）

Vpon Japan株式会社では、アジア全域約1億IDの旅行者データを活用したデータ分析を行っており、旅行者の移動分析、滞在分析、インサイト（興味、関心等）分析が可能。訪日旅行者の行動経路、国籍単位での興味関心・属性など旅行者の実態を把握することで、効果的な施策へとつなげていくことができる。旅行者データはモバイルデバイスより取得可能な位置情報データ、利用アプリデータ、閲覧サイトデータ、端末言語、レシートデータ、広告配信データなどをもとにしている。特色として、他では入手しづらい中国人（本土）のインバウンドデータを把握可能（1億IDのうち約6,000万が中国人（本土）のデータ）となっている。当該データの収集については、同社の広告ネットワークを駆使し、中国本土と繋がっているパートナー地域からデータを入手している。



【参考URL】

Vopon Japan HP
<https://www.vpon.com/jp/>

#5 データ把握、受入環境整備

顔認証技術を活用した顔決済・顔パスによる旅行者の動態把握（和歌山県・南紀白浜）

【導入経緯】

和歌山県南紀白浜は1350年以上前から湧き出る温泉が有名であり、白良浜、円月島、三段壁、千畳敷に代表される海岸線の景勝地を持ち、レジャー施設も所在する観光地である。

しかし近年は南紀白浜全体として観光客の伸び悩みが課題であり、南紀白浜空港や地域の商業施設が中心となり、デジタル技術を活用した観光客への新しい体験の創出に関する取組を開始した。

【施策の内容】

日本電気株式会社（NEC）と南紀白浜の観光関連企業各社は、2019年1月からNECの顔認証技術を活用した観光客の利便性向上と、滞在先での動態把握における実証実験「IoTおもてなしサービス実証」を始めた。

観光客はスマートフォンから顔情報とクレジットカードを一度登録すれば、地域内の土産店やレストラン、ホテルなどで財布を出さなくても、設置しているカメラへの顔認証で決済を完了させることができる。参画ホテルでは、鍵を持たずにキーレスで客室へ入ることができ、テーマパークでは顔認証でチケットを購入、専用の入口から顔パスで入れる。

顔認証により取得したデータは匿名化した上で、どのような属性の観光客がどの施設を利用しているか、またどのように地域内を回遊したか等を統計情報として把握することが可能。各施設での効果的なキャンペーンやデジタルサイネージ広告に利用していく。

【施策実施の効果と課題】

取得したデータの動態分析により、観光振興施策の設計・計画する上で有用な属性別回遊ルートの傾向を把握することが可能となり、新たな施策検討のインプットとしての活用を検討している。

一方で、2020年4月の時点で決済できる参画企業は12団体と、顔認証を導入する施設・事業者が限られていることから、動態分析も限定的となっており、参画施設の拡大が進められている。今後は、動態分析の範囲・精度を高め、いくためにタッチポイントを増やし多くのデータを蓄積することが必要。

【参考URL】

日本電気株式会社、株式会社南紀白浜エアポートのプレスリリース
https://jpn.nec.com/press/201910/20191025_01.html

#6 データ把握（アンケート）

スマートフォンと特産品を活用した外国人観光客へのアンケートの実施（三重県伊賀市）

三重県伊賀市では、平成30年度に1年間かけて、伊賀市への来訪者に対するスマートフォンアンケート（多言語対応）によるマーケティングを実施し、約3,000件のデータと約1,700件のメールアドレス（顧客リスト）を取得した。

アンケート回答者への景品に地元の特産品を活用することで、回答率アップと、特産品のPRを図っている。

【参考URL】

平成30年度伊賀上野観光協会 事業報告

<https://www.igaueno.net/igakankoucems/wp-content/uploads/2019/07/2018jigyo.pdf>

アンケートフォーム「伊賀流忍者の里・伊賀市から素敵なプレゼント付きアンケート!」

<https://ninjyaigaueno.com/pCI>

#7 データ把握・災害対策

高度自然言語処理プラットフォームの活用（NEC）

【背景】

超高齢化社会や人口減少などマンパワーの先細りが社会問題化している日本において、「コンピュータによる自然言語処理技術」の活用があらゆる面で注目されている。特に、SNSに書き込まれた膨大な情報の中から、特定のワードを検索して数量を把握・情報分析できることなどから、災害発生時の対策への利用が大いに期待されている。

【施策の内容】

日本電気株式会社（NEC）は、IT系コンサルティングファームのアビームコンサルティング株式会社とともに「高度自然言語処理プラットフォーム」を用いた災害対応への活用のため、地方自治体と実証実験を行っている。2018年9月29日には、東京都江東区の豊洲エリアで住民参加型の都市型AI防災訓練を実施。豊洲は地震発生時には地区内に残留した方が良い地区として東京都に指定されるなど、災害への耐性が比較的高いエリアだが、都市部・高層マンションエリア・住民参加型の防災訓練に必要な対策を把握するため選出した。

同プラットフォームは地方自治体の防災情報システムとの連携も可能。Twitterに投稿されている情報から「土砂崩れや建物倒壊、浸水などの被害状況」、「救援・救護の要請」、「道路や交通機関などのトラブル」など欲しい情報別に検索したり、各事象がどの場所で起きているかを解析して地図上に表示することもできる。言語別、ワード別でも分析できるため、地震や台風などの発生時にインバウンド関連施設の被災状況も把握可能。旅行者の保護活動への活用も期待されている。NECでは2015年からこのプラットフォームを自社サイトで一般公開している。

※アビームコンサルティングは、総務省から委託を受けて「IoT/BD/AI情報通信プラットフォーム」社会実装推進事業を行っている業者。

【参考URL】

日本電気株式会社（NEC）ウェブサイト「住民参加型の都市型AI防災訓練を豊洲エリアで実施」

https://jpn.nec.com/press/201809/20180925_02.html

アビームコンサルティング株式会社ウェブサイト

「最先端の自然言語処理技術を活用した高度自然言語処理プラットフォーム」

<https://www.nlppf.net/portal/>

#8 災害時の案内 マナー啓発等

スマート街路灯を多様な用途で生かす（NEC）

【背景】

安全でにぎわいのある街づくりの有効な手段として、AIやサイネージを活用した新しい戦略が進められている。その一つとして、街灯にさまざまな機能を付けて、情報提供や人の流れのコントロール、災害対応と多方面で活用できる「スマート街路灯」が、試験段階を経て、日本の街頭に登場し始めた。

【施策の内容】

六本木商店街振興組合では、街灯に通信機器やスピーカー、サイネージ、カメラ等のAI機能を搭載した日本電気株式会社（NEC）の「スマート街路灯」を設置して、街の安全やイベント集客、マナー啓発などに活用する取組を行っている。画像解析技術により、搭載したカメラの映像から、移動方向や性別・年代などの属性、人数を24時間リアルタイムで推定、その人に合わせた情報を発信、データに基づいた集客施策の改善、商店街のさらなる賑わいの創出に活用。さらに、サイネージやスピーカーを活用し、地域のイベントや観光の情報、マナーの啓発、港区とリアルタイムに連携した防災情報を発信することもできる。

スマート街路灯の実証実験は、杉並区で2019年8～12月に行われ、街路灯に水位センサーを付けて河川監視を行った事例がある。2020年3月には六本木に10本設置し、本番稼働中であり、安全でにぎわいのある街づくりを目指すとしている。

【施策の課題】

カメラ映像を活用する際は、個人情報保護法をはじめとした関係法令およびプライバシーに配慮した仕組みを実現する必要がある。六本木のケースでは、個人情報保護法や関係法令、「カメラ画像利活用ガイドブック」を遵守の上、関係各機関との調整を経て、六本木商店街振興組合とNECが独自のガイドラインを作成。約2年間の試行運用の後、設置が決定している。



スマート街路灯

【参考URL】

六本木の事例

NECリリース資料「六本木に、石井幹子氏・石井リーサ明理氏デザインによるAIを搭載した『スマート街路灯』を設置」

https://jpn.nec.com/press/202002/20200221_02.html

#9 安全対策

訪日客対応へバイリンガルAEDを導入（アパホテル）

アパホテル株式会社は、年々増加傾向にある訪日外国人利用客に対する安全・危機管理対策の徹底のため、2018年から英語の音声が出る「バイリンガルAED」の導入を決定。2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催までに順次設置していく。

導入するのは、日本光電工業株式会社製のバイリンガルAED。日本語と英語での音声メッセージが流れるほか、同ホテルに従来から設置しているAEDより耐用年数が2年伸びて8年となり、小型軽量化されている。外国人比率が30%以上のホテルから優先して設置していく。

アパホテルでは現在、通常のAEDを全館に設置。社員の1800人以上が救急講習に参加している。



バイリンガルAED

#10 雇用（公正な賃金）

等級制度の導入でアルバイトの業務意欲向上へ（アパホテル）

全国で649軒・10万576室を展開するアパホテル株式会社は、自社のアルバイトクルーに対して等級制度を導入し、クルーの業務意欲向上をはかっている。

以前はアルバイトクルーへの明確な評価基準がなかったが、全国で統一した基準により採点する「スキルチェックシート」を採用。能力によって星1～5の5段階に等級を分けて評価を可視化し、「エースクルー」、「クルーリーダー」などの呼称も策定した。また、時給においても、地域別・職種別に基準時給を設け、等級に応じて基準時給に、プラス昇級加算分の時給が賃金となるように設定（星の数に従って時給が上昇、基準時給に20～200円プラスした水準となっている）。入社時期にかかわらず同一事業所では基準時給を統一した。

なお、等級はネームプレートにシールを貼付して外部から識別できるようにし、等級が上がるごとにシールが増える。

【アルバイトクルー等級制度】

呼称	等級	能力イメージ	待遇
フレッシュクルー	★	自社の商品とサービスを理解し、上席者・先輩のサポートで標準的なオペレーションを行える	当該事業の基準時給
エースクルー	★★	上記の標準的なオペレーションを努力で行える。	+20円
クルーリーダー	★★★	標準的なオペレーションに加え、売上・客室稼働のコントロールや後輩の業務をサポートできる。	+30円 (基準時給+50円)
クルートレーナー	★★★★	時間帯責任者として、売上・客室稼働のコントロールができる。周囲の模範となり得るオペレーションができ、後輩に業務指導ができる。	+50円 (基準時給+100円)
クルーマネージャー	★★★★★	クルー全体を統制しながら上席者（支配人など）を的確にサポートし、部門責任者クラスの売上・客室稼働のコントロールを行う能力を有する。	+100円 (基準時給+200円)

※実際のチェックシートには、能力イメージに沿って具体的な業務基準を詳細かつ明確に示している。

【参考URL】

アパグループ公式サイト
<https://www.apa.co.jp/>

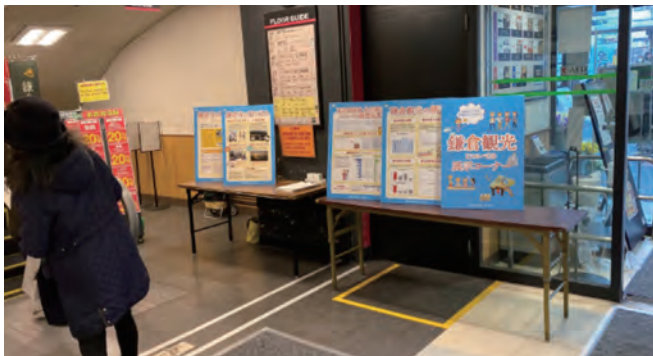
#11 住民理解促進

地域住民の理解促進に関する調査事業（神奈川県鎌倉市）

国内外から年間2,000万人の観光客が訪れる鎌倉市では、訪日外国人旅行者の急増に伴い、一部の観光地において混雑やマナー違反等の課題が発生。公共交通機関の混雑や道路に飛び出での写真撮影、ゴミのポイ捨て等により、近隣住民の生活に支障が生じている。観光推進のためには地域住民の観光への理解が不可欠となり、地域住民の観光への理解の促進を目的とした実証事業（地方運輸局実証事業（関東運輸局））を実施した。

鎌倉市の観光に関するポジティブ・ネガティブ両側面の情報及び観光の課題に対する取組を説明するパネルを作成し、スーパーの出入口等に設置。買い物に来た地域住民に対して鎌倉市の観光における現状を視覚的にアピールした。また、同所には鎌倉市の観光の現状に精通した係員を配置し、パネル前で足を止める地域住民に対する説明や質疑応答を行った。

パネル前で足を止めた地域住民の約70%からは「鎌倉市の観光について理解が深まった」との結果であった。また、理解の促進だけでなく地域住民の意見を聞く場としても高評価を得た。



東急ストア鎌倉：2月25日～27日。1階入口入って右手、エスカレーター登り口脇のフリースペース



掲示パネル

#12 住民・旅行者理解促進

京くみひもブレスレット販売による相互理解促進と地域貢献 (CHIE-NO-WA)

【背景】

毎年多数の旅行者が訪れている京都市では、一部の地域住民による旅行者への嫌悪感や、両者間でのトラブルの発生といった問題が生じている。そこで、2019年10月に地域の大学生により一般社団法人CHIE-NO-WAが設立され、交流の原点である敬意と誇りを地域住民と旅行者が互いに意識するための取組「千恵の遺産」が実施されている。

【取組の内容】

ゲストハウス、飲食店等において、地域住民や旅行者に対して互いの理解・尊重を促し、その敬意と誇りの証として、地元の伝統工芸品である正絹くみひもを使って作成したブレスレットを販売・展開している。



ブレスレットの売上については、原価等を除いた金額を地域貢献費として積み立てており、街づくりのための施策としての活用を予定している。具体的には、行政、地域住民、まちづくり協議会等にヒアリングを行った上で、ゴミ箱の設置、文化の紹介や導線掲示の看板の設置、災害時に備えた備品の購入等を行うことを検討している。

また、ゲストハウス、飲食店等での販売以外にも、企業向け・幼稚園小学校向けのワークショップの実施、イベント登壇・参加、ポスティングの実施による地域住民への直接的なアプローチも実施しているほか、今後は、専用の自動販売機の設置によるブレスレット販売も検討している。

【取組の効果と今後の課題】

観光関連事業者から「このようなソフト面の取り組みが必要だと思っていた」「互いへの敬意は意識する必要がある」というコメントや、取組を知り理解いただいた人から「観光地で起こる問題に不快感を覚えなくなった」「よりよい京都のために千恵の遺産を通して貢献したい」というコメントがあった。

他方、今後の課題としては、まだまだアプローチできている人数が少ないことが挙げられ、今後も引き続き一人でも多くの地域住民・旅行者と交流していく必要がある。

【参考URL】

一般社団法人CHIE-NO-WA
<http://chienois.com>

#13 包括的な環境整備

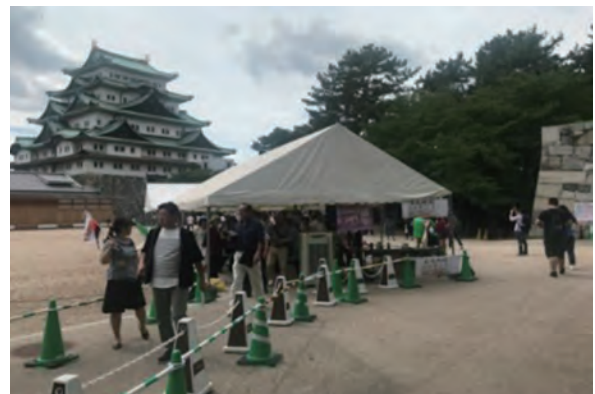
受入環境整備と観光資源の保全の両立 (愛知県・名古屋城)

名古屋市の顔でもあり、名古屋観光の目玉でもある名古屋城では、包括的な取組を実践し、国内外の旅行者に対する「受入環境整備」と「観光・文化資源の保全」を両立させている。

例えば、「受入環境整備」としては、和式トイレの洋式化、Wi-Fi環境の構築、各文化財への多言語解説板の設置、キャッシュレス決済（クレジットカード、ICカード等）、スロープ等の整備はもちろんのこと、QRコードを用いた多言語案内、AR技術を用いた多言語ガイドなども充実している。また、英語や中国語対応ができるスタッフやボランティア通訳ガイドも配備している。

一方、本丸御殿への入場前には多言語でマナー啓発動画の視聴、ピクトグラムによる指導を義務付け、不用意な接触による資源の損壊を防ぐため、無料の鍵付き下駄箱やコインロッカーを多数完備するなど「観光・文化資源の保全」にも力を入れて取り組んでいる。

その結果、観光客は増加傾向にあり、名古屋城周辺の経済活性化にも貢献している。全国の城関係者による意見交換会の場においても、これらの取組について各所から問合せを受けている。今後は、本丸御殿の保全、目の不自由な方向への触れる展示などといったバリアフリーの拡充、キャッシュレス決済（QR決済等）の拡充といった展望を描き、さらなる観光地としての磨き上げを図っている。



テント内でマナー啓発動画の視聴及びピクトグラムによるマナー指導を受けるようになっている

#14 バリアフリーツアー

視覚障害者が五感で楽しめる体験ツアー（大分県日田市）

大分県日田市は、視覚障害者が水郷の魅力を体験できるモニターツアーを2019年12月7日、市内で催した。目の不自由な人でも五感で楽しめる観光の在り方を探ろうと企画したもので、市内外の障害者と介護者5人が参加し、滝の音や足湯の硫黄の香り、日田ジビエ料理などを楽しんだ。

フランス人観光コンサルタントで期間限定の市職員が、視覚障害のある友人と京都観光した経験を踏まえ、日田でもできないかと提案。移動は乗用車で行き、路面が整備された場所を訪れるなど安全面に配慮しながら、観光情報もより丁寧に案内。市内天瀬町の桜滝では滝の近くに座り、水が流れ落ちる音を聞きながら黙想する時間を設けたほか、昼食は日田やきそばを店のカウンターで用意し、調理中の音とソースの香ばしい匂いなども味わえるようにした。キッチンスタジオでのユズの酢の物作り、地元産イノシシ肉を使ったソーセージ作りなど、手ざわりや嗅覚で体験できる地元の素材も盛り込んでいる。

市は今後、今回のツアーを生かした事業を展開する予定。市商工労政課は「介護者、要介護者らにも日田の魅力を知ってもらえる取組を考えたい」と話している。

#15 人材確保・受入環境整備

デジタル技術活用による観光案内で人材不足等を解消（渋谷区観光協会）

【背景】

国内外から多くの人が集まる東京都渋谷区は、観光の回遊性向上のため、近年駅周辺の開発が進み、商業施設も次々と誕生している。しかし、沢山の観光素材が混在するためにわかりにくく、渋谷区観光協会が直営する観光案内所も2020年1月の時点で3カ所と、案内機能と人材の不足が課題となっていた。そこで、不足を補う方法として観光へのデジタル技術の活用に着手。観光案内アプリも開発したが、使い勝手やコストなど課題も多かった。2020年1月、渋谷区観光協会と渋谷区はGoogleの技術協力を受け、観光案内にマップや翻訳などのGoogleのソリューションを導入することを発表した。

【施策の内容】

渋谷区と渋谷区観光協会は、2020年に取り組む観光案内のデジタル環境強化の一環として、Googleマップや翻訳などGoogleのソリューションを活用した観光案内を開始した。

- ・QRコードを活用しGoogleマップで案内

観光名所や荷物預かり所、SIMカードを購入できる店、寿司屋など訪日観光客にニーズの高いスポットについて、QRコードを読み込むだけでGoogleマップ上にリストを表示可能に。リストは渋谷区観光協会がとりまとめ、訪日客への対応もできるスポットが掲載される。8ジャンルのリストからスタートし、今後は数を増やす計画。

- ・案内所に案内用サイネージ「Google Nest Hub」を設置、将来的には無人化

「OKグーグル、●●を教えてください」と問いかけると答えが音声で返ってくる画面付きスマートスピーカー「Google Nest Hub」を観光案内所に設置。Googleアシスタントの通訳モードを観光案内に活用する。

通訳モードは日本語を含め30言語に対応。利用者は一度に2言語を選択でき、日英を選んだ場合は音声認識を開始するクリック音の後、どちらの言語で話しても自動的にもう一方の言語に翻訳される。画面で正しく認識されたかどうか確認できる。

取組第一弾として、渋谷マークシティ内の「クリエイションスクエアしぶや」とハチ公前広場の「青ガエル観光案内所」、渋谷フクラス内の「shibuya-san」の3カ所の観光案内所に設置し、2020年1月から試験運用を開始した。2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて30カ所程度まで設置場所を拡大する計画。ハブ（案内用サイネージ）を設置する案内所では、開設当初は操作要領等を支援する補助人員を配置するが、無人案内所の認知度が高まるなど一定の期間が経てば完全無人化にする。案内所内のハブで導き出したデータを旅行者のスマートフォンに転送できる機能もあり、個別の商業施設等でもこのハブが普及し、渋谷では案内をする人がいなくても快適に過ごせるようにしていく。

【施策の効果や課題】

2020年1月に開始された取組のため、効果・課題については、今後のフォローアップが必要。また、渋谷の訪日外国人旅行者は国際的にも有名なスクランブル交差点やセンター街の途中あたりまでに集中し、観光地のキャパシティを超過する観光客が集まる状態となっており、観光情報を提供することが客の回遊性を高め、オーバーツーリズムを解消するとともに、より広域な渋谷での観光につながると期待されている。

【参考URL】

渋谷区観光協会「渋谷区・渋谷区観光協会が2020年デジタル観光戦略を発表デジタルマップや多言語案内などの新しい観光プロジェクトを推進」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000038.000019275.html>

#16 受入環境整備**パブリックWi-Fiのワンパス化（渋谷区観光協会）**

東京都渋谷区では、区内約200カ所の店舗や施設で利用できる無料の公衆無線LAN「SHIBUYA CITY Wi-Fi」をはじめ、事業者各社の無料Wi-Fiサービスが提供されており、パブリックWi-Fi環境が充実。現在、中心部ではWi-Fiにつながらない場所はないと言われている。しかし、事業者ごとにアカウントが異なるため、移動してもWi-Fiにつなぎたければ、何度もログインの手続きを取る必要があり、煩わしい。

そこで、渋谷中のあらゆるWi-Fiをワンパスでつなぎ、移動しても快適にWi-Fiに接続したままにする取組が検討されている。また、本来つなぐべきではないもの、データを吸い取る悪質なものなどにはフィルタをかけて外すようにするなど安全性の確保にも力を入れている。

#17 受入環境整備**タブレット型言語音声翻訳サービス「対面ホンヤク」（パナソニック）**

パナソニック株式会社では、タブレット型の多言語音声翻訳サービス「対面ホンヤク」を提供している。対面での接客が通訳なしでできるよう、サポート。目的の場所を言うだけで地図を表示できる地図検索機能、固有名詞など翻訳されにくいワードをあらかじめ登録できる単語登録機能、よく使うフレーズを登録できるマイフレーズ機能など、接客する際に役立つさまざまな機能を搭載。観光案内所やホテル、空港、飲食店、商業施設、観光施設での活用を想定している。日本語、英語、中国語（簡体/繁体）、韓国語、タイ語、インドネシア語、ベトナム語、スペイン語、フランス語、ブラジルポルトガル語に対応。

導入事例としては、愛知県岡崎市の観光案内所などがあり、大きな課題となっていた増加する外国人観光客とのコミュニケーションに役立っている。

**【参考URL】**

Panasonic BUSINESS 「多言語音声翻訳サービス『対面ホンヤク』」
<https://panasonic.biz/cns/invc/taimenhonyaku/>

#18 景観保全

景観に配慮した区画スタンドの活用（山分物産）

工業・産業・物流用資材や梱包資材、木製店舗什器・収納等の輸入・卸販売を行う山分物産株式会社は、景観に配慮した和風テイストの区画スタンド「和シリーズ」の販売をしている。和シリーズは、既成のカラーコーンにかぶせて使う「和コーン・竹製コーンバー」と木製の多目的バリケードの「結界」の2種。従来のプラスチック製のカラーコーンやバリケードに比べ、周囲の景観に溶け込みやすいデザインになっており、寺社仏閣や風致地区、旅館やイベント等での使用に適している。

和コーン®・竹製のコーンバー：落ち着いた温もりのあるデザイン。既成のカラーコーンにかぶせて使う。「立入禁止」や「車止め」などに利用できる。



結界（多目的バリケード）：木製のスタンド。シンプルなデザインで様々な場所に馴染む。寺社仏閣でよく使われている。屋内、屋外用がある。



【参考URL】

山分物産株式会社「風致景観に似合う”和シリーズ”商品」

<https://yamawake.co.jp/%e5%92%8c%e3%82%b7%e3%83%aa%e3%83%bc%e3%82%ba/>

#19 景観保全**景観保護を目的とした駐車場の移設（イギリス・ストーンヘンジ遺跡）**

ストーンヘンジ遺跡では、あえて遺跡から2kmほど離れた場所に駐車場およびビジターセンターを移設した。遺跡まではシャトルバスか景色を眺めながら歩いて行くことが可能。駐車場とビジターセンターの移設により、遺跡の神秘的な景観を維持することができている。

#20 環境保全**季節に応じた入域制限・課金制度導入（北海道・知床）****【背景・導入経緯】**

年間50万人が訪れる知床五湖地区は、冬に閉園されるため、開園期間の4月中旬～11月下旬に観光客が集中し、特に7～9月にピークを迎える。五つの湖を周回する地上歩道が混雑し、ヒグマが出没して閉鎖するなど不安定な利用状況が課題となり、湖畔の展望地などでの植生の踏み荒らしも深刻化。それらの課題を解決するため、2009年に環境省と北海道、斜里町、地元の関係団体が知床五湖の利用のあり方協議会を設立。利用調整地区制度を設け、新たな取組を開始した。

2011年にはヒグマ出没時でも安全な高さの高架木道を整備。現在では来訪者の8割が高架木道のみを利用、主要な受け皿となっている。一方で、原生の自然をより肌で感じられる地上歩道については、リスク管理を徹底することで安全で安定的な環境づくりを行っている。

【施策の内容】

2011年から地上歩道における入域制限・課金などを盛り込んだ「知床五湖散策制度」を導入。自然保全と財源の確保により、安全に観光できる環境づくりに取り組んでいる。

- ・植生保護期（開園～5月9日、8月1日～10月20日）は、地上歩道には、レクチャーを受けた者のみが散策可。レクチャー受講料金は、大人（12歳以上）250円、小人（0歳～11歳）100円。また、利用の平準化を図るため、概ね10分ごとに50人以内の立ち入りとしている。1時間あたりに300人まで、1日あたりの利用者数の上限は3,000人までと設定。

- ・ヒグマ活動期（5月10日～7月31日）は、地上歩道の利用は、登録引率者が引率する有料のツアー（レクチャー受講を含む）が必要。90分～3時間のガイドツアーで2,500～5,250円。登録引率者はヒグマとの遭遇回避や遭遇時の対処法を習得した者に限られ、ツアー時は無線を保持し、ヒグマの出没状況をリアルタイムで把握して、安全面の確保に努めている。

【施策実施の効果と課題、知見】

登録引率者の同行や事前レクチャーによる利用マナーの徹底、立ち入りの分散化により、ヒグマによる人身事故やヒグマ遭遇に伴う危険な事例は発生しておらず、自然環境への負荷や利用集中に伴う混雑感も大幅に解消傾向にある。また、「ヒグマ活動期のガイドツアーは参加者から好評を得ており、ヒグマ活動期以外でもガイドを依頼したいという問い合わせが増えている」という。

【参考URL】

北海道地方環境事務所による「知床五湖利用調整地区 利用適正化計画」
https://hokkaido.env.go.jp/kushiro/pre_2011/data/0411a_5.pdf

知床五湖公式サイト「地上遊歩道」
https://www.goko.go.jp/ground_pathway.html

#21 ゴミ削減

ペットボトルゴミ削減に向けた実証事業（北海道釧路市・阿寒湖地域）

釧路市阿寒湖地域で、ペットボトルゴミの削減に向けて給水スポットの提供とマイボトルの利用を促進する実証事業（地方運輸局実証事業（北海道運輸局））を開始。

地域内に3箇所設けられた給水スポットでは、阿寒山系のおいしい水道水として釧路市内の観光施設などでも販売している「くしろ阿寒百年水」を提供。旅行者らは持参のマイボトルや有料販売しているボトルに無料で自由に給水できる。給水スポットには、「くしろ阿寒百年水」をデザインした共通のロゴを設置。また紙面やアプリによるマップで給水スポットの位置を案内している。

マイボトルの利用促進に向けては、釧路市に拠点を持つ猛禽類医学研究所の協力を得て、猛禽類医学研究所とサーモスのコラボレーション限定ボトルの販売も始めた。ボトルには、日本を代表する野生動物画家の一人、岡田宗徳氏による猛禽類のイラストがデザインされている。阿寒地域内にて取扱い店舗が増加しており、販売数も伸び始めている（令和2年2月時点）。



猛禽類がデザインされたボトル



給水所の看板

さらに、給水スポットの利用促進に繋げるため、「くしろ阿寒百年水」の美味しさを知ってもらう試飲イベントを開催。イベント後にはアンケートも実施し、給水スポット、マイボトルの利用状況やペットボトルゴミ廃棄についての意識調査を行った。日本国籍、外国籍と分けて集計した結果、給水スポット、マイボトルの利用状況については外国籍の方の利用率が高いことがわかった。

#22 環境保全

最先端技術を活用した回収ボックスで、ゴミ回収・リサイクルを効率化(日本システムウェア、コカ・コーラ)

【背景】

ゴミ・廃棄物による環境破壊が問題視されるなか、大量のゴミが発生する観光地やアミューズメントパークにとってゴミの回収問題は深刻な課題。処理が困難だけでなく、ゴミ箱からゴミがあふれて街の景観が損われたり、ゴミに群がる動物・鳥類の駆除などの課題にも直面している。課題の解決へさまざまな試みが検討されるなか、IoTや圧縮技術を活用したゴミ回収作業の効率化、リサイクル促進への取組が行われている。

【施策の内容と効果・課題】

ゴミ対策の注目例のひとつが、IoTスマートリサイクルボックス「BigBelly Solar（ビッグベリーソーラー）」の設置である。ゴミが溜まると自動で圧縮し、通常の5～6倍の600リットルもの容量が入るうえ、満杯になると3Gの通信機能で回収の連絡を自動で送信。送信電力は、ゴミ箱上部に設置してあるソーラーパネルで作られたエネルギーを利用する。ゴミの蓄積状況をリアルタイムで発信できるため、収集の頻度や人員配置、ゴミ箱配置の最適化など、収集作業の効率化やコスト削減に役立てられる。

IoT分野のソリューションを提供する日本システムウェア株式会社は、日本の総代理店として取り扱っているビッグベリー社の「ビッグベリーソーラー」を使用したゴミ回収効率化の実証実験を各地で実施。表参道、ハウステンボス、東海大学などと実証実験を行っている。米フィラデルフィア市の導入例によると、市内のゴミ箱700個をビッグベリー500個に置き換えたところ、ゴミ回収頻度を週17回から週3回へ削減、回収費用も年間230万ドルから72万ドルに削減できたという。

一方、減容機を活用した解決策を模索するのが、ペットボトルのリサイクルに力を入れる日本のコカ・コーラシステム。2019年2月に新しい空容器回収ボックス「リバースベンディングマシン（RVM）」を社内に設置し、まずは社員のゴミ分別意識の向上に取り組んでいる。質の良いボトルに再利用するには、飲み残しや異物混入のないものを回収することが不可欠だが、現状、既存の方法では困難。RVMでは残液があったり、瓶や缶を入れようとするとエラー表示になり、回収できないほか、自動で圧縮されるため、回収時の体積がこれまでの3分の1程度にまで減容。そのためボトルの回収頻度を削減でき、輸送で発生するCO₂を3分の1に削減できる。ただし、1台につき200～300万円と高額で、何台も導入することは難しい。そこで、1台だけ目に触れる象徴的な場所に設置して啓蒙活動に役立てるなど、最適な活用方法を検討中。回収ボトルから再生素材によりTシャツを作成することもでき、夏祭りなどのイベントで地元のオリジナルTシャツを配付・販売することも可能。

【参考URL】

日本システムウェア株式会社ウェブサイト「Bigbelly」
<https://www.nsw-cloud.jp/cloud/service/m2m/bigbellysolar/>

日本コカ・コーラ株式会社ウェブサイト「そのPETボトルはどこへいく？——リサイクルスキームの透明化により『容器回収』にイノベーションを」
https://www.cocacola.co.jp/stories/sus_rvmccjc_190221



表参道に設置された「BigBelly Solar」

#23 環境保全

どんぐりの森づくりで環境保全に貢献(TOTO)

TOTO株式会社では、2006年よりグループ社員全体で、環境保護を目的にどんぐりの森を広げる活動を行っている。自分たちの手でどんぐりを拾い、職場や家庭などで育て、その苗木を地域住民の協力の下、森に返し、植樹後は草刈りなどを行っている。

どんぐりのなる木は「広葉樹」であり、根を張る範囲が広く土を掴む力が強いいため、保水力の高い、強い地盤ができる。したがって、どんぐりの森を増やすことは、水の浄化や水害の低減につながる。また、どんぐりの実は鳥や昆虫、動物などの食料となるため、どんぐりの森には多様な生物たちが集まる。これにより、生物多様性の保全にも貢献できる。

【参考URL】

TOTO株式会社「TOTOどんぐりの森づくりとは」
<https://jp.toto.com/company/csr/environment/donguri/index.htm>

#24 環境保全**「ECOニスト」認定で社員の環境保全活動を促進（南海電気鉄道）**

南海電気鉄道株式会社では、2014年4月1日から「ECOニスト」プログラムを導入し、社員が自発的に環境保全活動を行うような仕組み作りに努めている。

社内の各部門で行う環境活動（森林育成活動、世界遺産の補修、地域の美化清掃活動など）にボランティアで年2回以上参加した社員には「ECOニスト」認定証を授与。さらに認定された回数に応じて表彰される仕組み。

「ECOニスト」認定者数は、初年度（2014年度）の43名から年々増え2018年には223名にまで拡大。環境活動の幅が広がっている。

【参考URL】

南海電気鉄道株式会社HP「ECOニストプログラム」

http://www.nankai.co.jp/company/environmental_protection/kankyourinen.html

#25 資源保全、新商品開発**オニヒトデ駆除ツアーで環境保全（高知県土佐清水市・竜串湾）**

105種類ものサンゴが生息する高知県土佐清水市の竜串湾では、2016年度末にオニヒトデによる食害拡大が確認された。この食害を食い止めなければサンゴは壊滅的になるという。地元ダイバーによる駆除が行われたが、ダイバー数が足りず駆除が追いつかない状況にあった。

地元の竜串観光振興会では、課題解決を図りつつ地域にお金を落とす仕組みが構築できないかを検討。「オニヒトデ駆除ダイビングツアー」の観光商品化を計画した。

早期実施を目標にモニターツアーを実施。課題はあるが、参加者の反応は上々という。

この事例から、以下の気づきを得ることができる。

- ・サステイナブル志向の強い観光客にとって、自然保護の観点からも協力者・観光需要が一定数見込めること。
- ・一見、負の側面と判断されがちなことでも、発想の転換によって観光商品になり得るということ。

#26 環境保全、新商品開発**厄介者の外来種を観光のPRポイントに転換（北海道釧路市・阿寒湖）**

北海道釧路市の阿寒湖は、日本独自の生態系や自然を荒らす外来種を逆転の発想により、観光のアピールポイントに変える取組を進めている。アメリカから持ち込まれたウチダザリガニ（別名：レイクロブスター）は、1930年代に摩周湖へ放流、阿寒湖にも持ち込まれ自然繁殖し、阿寒湖の天然記念物マリモを食い荒らす深刻な環境問題になっているが、海外では高級食材として好まれているという点に着目。周辺のホテルや飲食店で調理して提供を開始。

現地ならではの食の楽しみだけでなく、海外や東京などよりはるかに安い価格で食べられることもメリットとして打ち出している。土産品として「レイクロブスタースープ」（1缶160g・540円）なども販売。



レイクロブスターのボイル

【参考URL】

阿寒湖漁業協同組合

<http://www.akan-gyokyo.com/>

#27 資源の見せ方**ありふれた地方の「素」を観光資源に（茨城県桜川市）**

特別な観光資源があるわけではないが、ありふれた地方の「素」を見せることで観光資源に変え観光客誘致へとつなげている事例として、茨城県桜川市真壁町の「真壁のひなまつり」がある。

町おこしを考える数名の住民有志の「寒い中真壁に来てくれる人をもてなせないか」という一言から町中にお雛様を飾る「真壁のひなまつり」が発案され、開催が始まった。2003年の第一回目は43軒の飾り付けからスタート。以降、年を重ねるごとに町ぐるみのイベントとなり、2019年には160軒にまで成長。毎年2月2日から3月3日までの期間、訪れる観光客の目を楽しませている。「真壁のひなまつり」の最大の特徴は、住民による「おもてなし」。お茶や甘酒などを出してくれる家もあり、住民たちが観光客に真壁町についての「語り」をしてくれる。

故郷のような懐かしさが好評で、訪れる観光客は毎年10万人を超えるようになった。

【参考URL】

茨城県西地域産業活性化協議会「観光・文化：桜川市」
<http://www.ibawest-conf.jp/sightseeing/sakuragawa.html>

桜川市観光協会「真壁のひなまつりとは」
<http://www.kankou-sakuragawa.jp/page/page000140.html>

#28 資源保全**財源確保のため旧家屋を修繕し宿坊に（京都市・仁和寺）**

世界遺産の仁和寺（京都市）では、主な収入源である拝観料が近年、減少の一途をたどっており、建造物などの修繕・維持に十分な財源が確保できていなかった。

そこで、境内の旧家屋を改築し、宿坊「松林庵」をオープンさせた。海外からの富裕層をターゲットにし1泊100万円（税別）。1日1組限定で最大5人まで宿泊でき、食事などは別料金。宿泊者は、僧侶がガイドするプライベートツアーに参加したり、閉門後に仁和寺の「御殿」を貸し切りで利用したり、世界遺産・仁和寺を間近に日本文化が体験できる。希望すれば、生け花や雅楽の鑑賞なども楽しめる。「松林庵」は木造2階建てで延床面積は約160平方メートル。総工費約1億5,700万円をかけ、家屋の改築や庭園の整備をした。改築費のうち約8割が日本財団の「いろはにほんプロジェクト」*からの助成金でまかなわれている。

2018年春より受け入れ開始し、2019年8月時点で、延べ9組48人が宿泊した。

***「いろはにほんプロジェクト」**

日本文化に興味をもつ外国人旅行者をターゲットに、非公開である寺院などの歴史的建造物に滞在しながら、他では経験できない限定的な文化プログラムを提供。日本文化の価値を発見・認識し、日本に対する理解と文化財に対する関心を、国内外ともに高めてもらうことを目的としている。

【参考URL】

日本財団HP「いろはにほん」
<https://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/iroha-nihon>

#29 混雑緩和

混雑予想表や山頂以外の御来光スポット紹介で分散化(富士山)

【背景】

日本屈指の観光名所である富士山は、人気が高いうえに開山期間が2カ月と短く、かねてから混雑による事故の多発、満足度の低下、環境破壊などさまざまな問題を抱えている。登山道が比較的整備されているとはいえ、標高3,776メートルの山であるにもかかわらず、十分な装備・準備がないまま登山にのぞむ人も多い。特に、混雑による事故においては深刻で、落石による死亡事故も発生しており、混雑緩和への対応が急務となっている。

【施策の内容】

環境省と山梨県、静岡県、地元自治体・関係機関で構成する富士山における適正利用推進協議会は、同会が運営する富士登山オフィシャルサイト上で、混雑予想カレンダーの公開や、混雑時の様子を映したYouTube動画の配信、山頂以外の御来光スポットを紹介するなどして、混雑緩和へ向けた対策に取り組んでいる。

混雑カレンダーはPDFでダウンロードでき、印刷して配布することもできる。2分30秒の動画では少し進むにも時間がかかり、疲れた様子の登山者の様子を映している。また、4つの登山ルートにおいて山頂以外で御来光が見える場所を写真付きで紹介している。

※富士登山オフィシャルサイトでは日・英・中(簡体・繁体)・韓国語に対応。

【参考URL】

富士登山オフィシャルサイト、混雑予想カレンダー
http://www.fujisan-climb.jp/info/congestion_info.html

#30 混雑緩和

人工知能(AI)を使ったチャットコンシェルジュサービス(BESPOKE)

株式会社ピースポークの提供する「Bebot」は、AIを使った訪日外国人向けのチャットコンシェルジュサービス。利用者が自身のスマートフォンで、「Bebot」を導入している施設のWi-Fiに接続し質問を送ると24時間いつでもAIが答えてくれる。アプリのダウンロードは不要でURLからアクセスでき、自治体、空港、駅、宿泊施設などで導入されており、年間1,000万人以上の旅行者がすでに利用中。

混雑している地域を案内せず比較的空いている地域を案内するように設定するなど、返信ロジックを工夫することで、自治体、交通機関、宿泊施設において、(1)混雑緩和(2)一旅行者あたりの消費額アップのためのツールとして採用されている。



また、「災害・疫病・緊急事態」に関する質問に対してもAIが自動で回答を行う。渡航制限や疫病情報など、日々変化する情報に対して多言語で対応が可能。さらに、データ分析を行うことで、次回の災害に備えて行うべき施策についての優先順位を立てるための材料としても活用できる。

窓口・コンシェルジュ業務がAIで自動化されるため業務負荷が軽減されるというメリットもある。回答が準備されていない、質問が複雑すぎて分からず回答できない、などのエラーもあるが、コールセンターが24時間体制で対応に当たっている。

【参考URL】

株式会社ピースポーク「BEBOT」
<https://www.be-spoke.io/jp/bebot/>



AIチャット画面と操作状況

#31 混雑緩和

電車混雑回避ナビゲーション (ナビタイムジャパン)

株式会社ナビタイムジャパンは、電車の混雑状況を予測して示す「電車混雑回避ナビゲーション」の機能を、ナビタイムの各種アプリ（NAVITIME、乗換NAVITIME、auナビウォーク）に追加した。

「電車混雑回避ナビゲーション」では、首都圏約2,500万人が乗車する電車を経路検索エンジンでシミュレーションし、電車1本1本、1駅ごとの乗車人数から混雑状況を予測している。地下鉄やJRを含む首都圏主要65路線に対応。

利用者は、各アプリを利用する際、「混雑を避けたルート」の選択や、各ルートの混雑具合の比較、乗車する電車の停車駅での混雑具合（座れる、立って乗車できる、身動きが取れない、など）の確認などができる。現状では、日本語のみ対応している。多言語化は検討中。

【参考URL】

株式会社ナビタイムジャパン「電車混雑回避ナビゲーション」
https://www.navitime.co.jp/lp/predict_congestion/



電車混雑回避ナビゲーション画面例

#32 マナー啓発

マナー啓発動画の製作 (観光庁)

【経緯】

訪日外国人旅行者の増加に伴い、マナー違反による課題が増加。マナー違反については、日本独自の文化や習慣を「知らなかった」ことに起因するものもあり、まずは、こうした日本独自のマナー・文化・風習への理解を促すことが重要。こうした状況を踏まえ、地域の要望に応じて、公共交通機関や観光案内所、観光施設等で自由に放映できるマナー啓発動画を作成し、2020年1月に公開。

【動画の内容】

観光客が日本滞在中で体験すると予測される各シーンで、必要なマナーをビジュアルで示し、わかりやすく伝える。

啓発動画は、公共交通機関や宿泊施設の利用方法、寺社仏閣や飲食店などの観光地でのマナー、温泉の入り方などシチュエーション別に10種類（各約1分）、短縮版5種類（各15秒）を収録・作成。音声は英語のみとし、英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字の字幕を付けた。

動画は観光庁のホームページからダウンロードできるほか、YouTubeの観光庁チャンネルでも配信している。動画の利用は、観光庁へデータ利用届出書を提出する。



動画の一場面

【参考URL】

観光庁のウェブサイト「訪日外国人旅行者向けマナー啓発動画」
http://www.mlit.go.jp/kankocho/page08_000113.html
 YouTube 観光庁チャンネル
<https://www.youtube.com/user/kankocho>

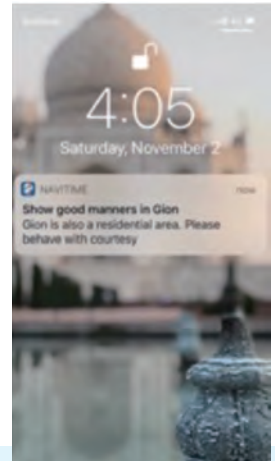
#33 マナー啓発**プッシュ通知でマナー啓発（京都市・祇園町南側地区）**

訪日外国人旅行者のマナー違反により、市民生活にも影響が生じている京都市の祇園町南側地区で、2019年9～12月、マナー情報をスマートフォンへプッシュ通知する実証事業（地方運輸局実証事業（近畿運輸局））が行われた。

プッシュ通知の対象は、訪日外国人旅行者向けのアプリ（Japan Travel by NAVITIME、TRAVEL JAPAN WiFi）をインストールしたスマートフォンや宿泊施設が無料で貸し出しているスマートフォン（handy）とした。エリアに近づくと、芸舞妓への無断写真撮影や私有地への立ち入りを控えてもらうことなどを求める、マナー情報が通知される仕組みになっている。地域住民や観光客へのアンケート、防犯カメラなどを活用して効果を検証した。

実証事業期間中（70日間）は1日当たり約600通のプッシュ通知を配信した。結果として、次のような一定の効果が確認された。①すべてのマナー違反項目について観光客の認知度が向上した。②観光客のマナー違反件数に減少がみられた。検証後半には約3割減少した※。（防犯カメラによる確認）③日常生活の中でマナー違反が大変気になると答えた地域住民の割合が15%減少した※。（地元住民へのアンケート結果より）

※プッシュ通知だけでなく、看板の設置や巡回員の配置といった全体の効果も含む



プッシュ通知画面例

【参考URL】

京都市「祇園町南側地区における観光客へのマナー周知・啓発事業等の実施について」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000257741.html>

#34 マナー違反對策**渋谷駅周辺地域の安全で安心な環境の確保に関する条例の制定（東京都渋谷区）****【背景】**

渋谷駅前のスクランブル交差点は世界的にも有名で、通常より多くの人が行き交っているが、ハロウィーンなどのイベント期間には、年々仮装する若者やお祭り騒ぎを楽しむ人が増加し、周辺地域に混乱が生じていた。2018年には数カ国の留学生を含む10人が軽トラックを横転させたとして書類送検されたことをはじめ、トラブルが相次ぎ、2019年6月19日、渋谷区議会本会議で「渋谷駅周辺地域の安全で安心な環境の確保に関する条例」が可決され、成立した。同20日に施行、同年のハロウィーンから適用され路上飲酒等が禁止された。罰則規定はないものの、マナーへの意識を高め、安全な街の維持を目指す取組となっている。

【施策の内容】

条例が適用される地域は渋谷1～3丁目、桜丘町、道玄坂1～2丁目、宇田川町、神南1丁目と神宮前6丁目。適用期間は、ハロウィーンの10月31日と11月1日のほか、10月24～30日の金、土、日曜日、年越しのカウントダウンで人が集まる12月31日と1月1日。

条例では違反した場合の罰則は設けず、違反を発見した場合は区が飲酒の中止を指導できるとの規定にとどめたものの駅周辺のコンビニ等店舗が酒類の販売自粛など区の取組に協力しなければならないことも定めている。区は今後、飲酒を禁止する時間帯や当日の見回り態勢などを検討する。

【施策の効果・課題】

条例制定の主な要因となったトラブル件数については、警視庁渋谷署での逮捕人数が2018年は東京都迷惑防止条例違反や窃盗などの容疑で計13人（10月31日夜から11月1日朝まで）、に対し、2019年には暴行容疑と窃盗などで6人とどまっており、条例の導入により犯罪検挙件数が減少したと評価している。また、酒瓶が路上に転がっているなどの危険な状況も避けられ、ゴミのポイ捨てが減少。ドン・キホーテなどの商業店舗も酒類の販売を行わず、周辺施設からの目立ったクレームはない模様。

【参考URL】

渋谷区公式サイト「渋谷駅周辺地域の安全で安心な環境の確保に関する条例」
https://www.city.shibuya.tokyo.jp/azen/bosai/shibuyaeki_00001.html

#35 マナー啓発

マナー向上を促す「農家の思いを伝える」看板の設置（北海道美瑛町）

緩やかな丘に美しい畑が広がる北海道美瑛町には、毎年160万人を超える観光客が訪れる。しかし、近年、写真撮影のために観光客が無許可で畑に立ち入るなどの被害が相次ぎ、農家と観光客の間にできた「溝」が深刻化していた。

そこで、農家と観光客がよりよい関係を築くという目的のもと、美瑛町の地元農家が立ち上がり「美瑛畑看板プロジェクト」を開始。その取組は、特別な看板を各ポイントに設置するというもの。看板には、「立入禁止」などの啓発文言ではなく、「農家の思いを観光客に直接伝える」工夫を盛り込んだ。農地所有者の名前のほか、QRコードも掲載し、農家のSNSやECサイト、協力金の支援を募るサイトにリンクさせている。また、看板とともに小さな柵を設置し、撮影ポイントや農地と道路用地との境界をわかりやすく示している。資金はクラウドファンディングで募った。

【参考URL】

美瑛畑看板プロジェクト公式フェイスブック

<https://www.facebook.com/farmland.biei/>

JAPANKURU FUNDING（クラウドファンディング）「美瑛畑看板プロジェクト」

<https://japankurufunding.com/projects/biei/protection/?fbclid=IwAR0xakHOGaLvLum6iLiLOlqrwITaG2uNfyMh3JmBoMdTlpvaTzTNTqngDKE>

#36 マナー啓発

ごみ箱マップ、お揃いTシャツなど地域一体で対策（京都市・嵯峨嵐山）

京都市嵯峨嵐山地域では、外国人観光客の急増とともに、道路へのゴミのポイ捨て問題が深刻化。街の景観を守るため、地元商店街や住民らが対策に乗り出している。

外国人客の増加に合わせ、域内に食べ歩きができる飲食物を販売する店舗が増えたことも要因のひとつとなっており、嵯峨嵐山地域の5つの商店街からなる嵯峨嵐山おもてなしビジョン推進協議会は、2018年から食べ歩き対策として、ごみ箱の場所を記した地図を配布。「ゴミは決められた場所へ」と英語と中国語、韓国語で書き、観光客にマナーを守るよう呼び掛けている。2019年秋には、ポイ捨て防止を絵で分かりやすく訴えるTシャツも作成。協議会メンバーがイベントなどで着用し、注意喚起している。

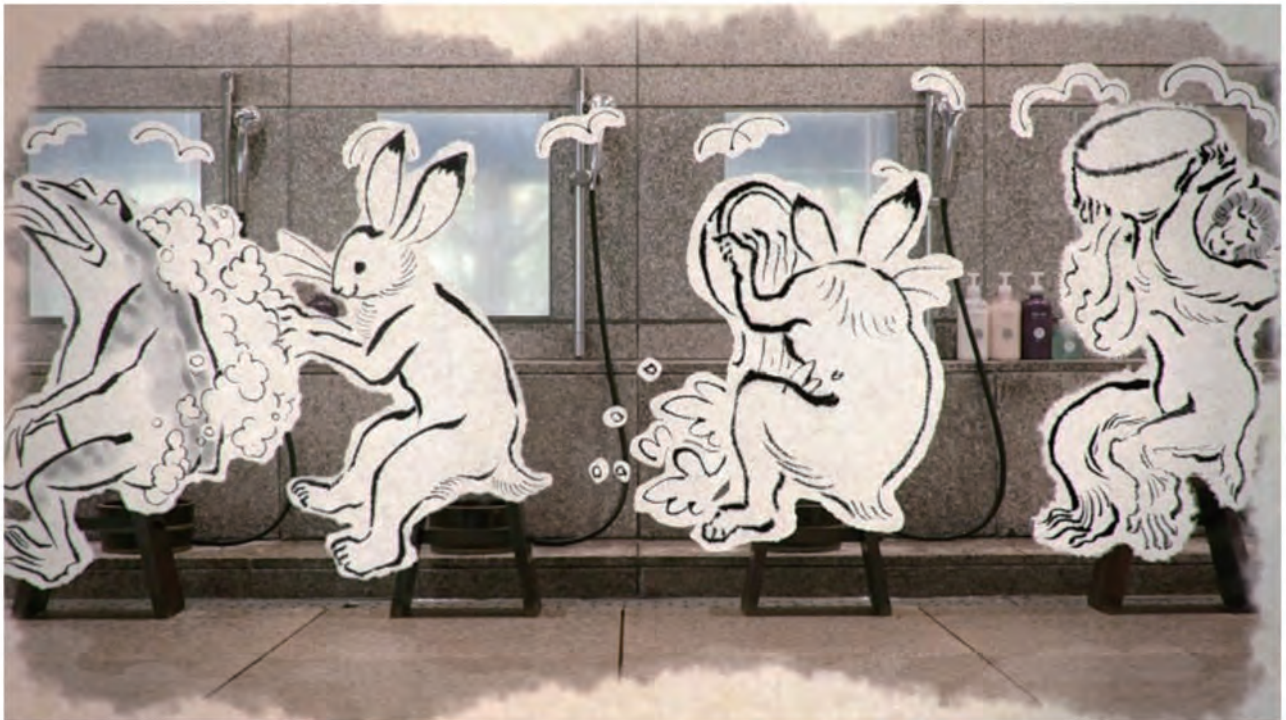
また、受入れ側の対策も強化。加盟店に包装を減らすよう依頼し、プラスチックごみ対策として紙袋や紙ストローの導入を促進。観光人力車を運営するえびす屋総本店では2019年4月、嵯峨嵐山地域を走る約50台の人力車にごみ箱を設置した。目立たないように、引き出し型の箱を座席の底に取り付け、車夫が業務の合間に道路上で見つけたごみを拾って入れ、会社まで持ち帰っている。



#37 マナー啓発**ユーモラスな動画で温泉マナーを紹介(星野リゾート)**

星野リゾートは、外国人に温泉での入浴マナーを知ってもらうことを目的に、日本最古の漫画と称される「鳥獣戯画」をモチーフとしたマナー啓発動画を作成しYouTube上で公開した。

「鳥獣戯画」の絵巻から飛び出した動物たちが温泉を体験するストーリーに乗せて、「湯船に入る前に体を洗う」、「タオルを湯船に浸からせない」などのマナーをユーモラスに紹介している。誰でも視聴可能で、英語、中国語（簡体字、繁体字）、日本語で展開している。

**【参考URL】**

星野リゾートHP「日本の温泉入浴マナーを伝える動画『The Manner of ONSEN』を公開」
<https://www.hoshinoresorts.com/information/release/2018/09/46625.html>

#38 案内、マナー啓発等**多言語対応の漫画で観光案内、マナー啓発等(サイドランチ)**

漫画制作・編集プロダクションの株式会社サイドランチでは、漫画による外国人観光客向けの観光案内ガイドなどを制作している。文字だけでは伝わりにくい観光地の魅力やマナー啓発等を漫画で分かりやすく説明することが可能。

空港で配布するリーフレットに載せたり、QRコード経由でスマートフォンに直接表示させたりできる。スマートフォン上で漫画は縦スクロールで読みやすくしている。日本語、英語、中国語、韓国語、フランス語など、多言語に対応。

【参考URL】

株式会社サイドランチHP「海外向けマンガ」
<https://www.sideranch.co.jp/inbound/index.html>

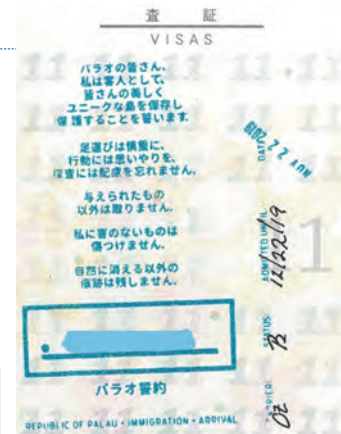
#39 マナー啓発**環境配慮への「誓約書」署名を義務付け（パラオ）**

透明な海、美しいサンゴ礁などで世界有数のダイビングスポットとして人気の観光地パラオでは、近年、観光客が爆発的に増加。それに伴い、観光客による海岸へのゴミの廃棄やサンゴ礁の破壊など、環境の悪化が問題になっていた。

パラオ政府は、その対策として2017年12月より国外からの訪問者らに対して、環境への配慮を約束する「パラオ誓約」への署名を義務付けた。この誓約書は入国時にパスポートにスタンプされ、署名を求められる。違反すると最大100万ドルを上限とする罰金を徴収される仕組み。2018年8月時点で、103,000名以上が署名し、罰金を課されたという報告はないという。

【参考URL】

駐日パラオ共和国大使館「パラオ・プレッジ（誓約）導入について」
<http://palauembassy.or.jp/blog/2017/12/palau-pledge/#.XnmslZP7S8o>



「パラオ誓約」

#40 マナー違反对策（規制）**「スペイン階段」での座り込み禁止条例施行（イタリア ローマ）**

ローマの観光名所「スペイン階段」では、このスペイン階段に座って飲食をする観光客のマナーが問題になっていた。

ローマ市は、「スペイン階段」で座ったり寝そべったりする行為を禁止する条例を施行。違反した場合の罰金は最低で250ユーロ（約3万円）。また階段を汚したり破損したりすれば400ユーロ（約4万7,000円）の罰金を命じられることもある。階段には見張りの警察官がおり、座るとすぐに警笛で注意されるという。

#41 マナー違反对策（規制）**夜間と休日の通りへの立入り規制（フランス パリ・クレミュー通り）**

パステル調のカラフルな家が立ち並ぶ人気の観光スポットであるパリのクレミュー通りでは、「インスタ映え」を求めて、観光客やインスタグラマーが大挙して押し寄せている。民家の玄関前でヨガのポーズをとる、石畳に寝そべる、大声で騒ぐなどの迷惑行為が絶えず、住民との間に軋轢が生じていた。

住民は、通りの入り口に門を設け、夜間と休日の通りへの立入りを禁止するよう市当局に要請している。

#42 マナー啓発**22時以降の騒音規制を周知（チェコ プラハ）**

チェコの首都プラハでは、近年、夜中にアルコールを楽しむ「アルコトリップ」の客が増加し、夜間の騒音が地元住民との間で問題になっている。

プラハでは条例で午後10時以降の騒音規制が設けられおり、外国人観光客に遵守を呼びかける様々な取り組みが行われている。そのひとつとして、地下鉄の駅などには、午後10時以降は静かにするよう、観光客に向けてストレートに訴える内容のポスターを掲示している。

#43 マナー啓発**ツアーバス降車前のマナーレクチャーの実施（タイ チェンライ）**

チェンライ（タイ）の「ワット・ロンクン（=ホワイト・テンプル）」では、中国人の団体ツアー客によるトイレの不適切な使用が問題になり、2015年には中国人の拝観を一時的に拒否する措置が取られたこともあった。

そこで、ツアーガイドに要請し、観光客がバスから降りる前に、寺院内で過ごす際のマナーについて5分間レクチャーしてもらう取組を始めたところ、マナーは改善された。