

第3回 J N T O認定外国人観光案内所の機能強化方策検討会 議事録

日 時：令和5年2月22日（水）13:00～15:00

場 所：中央合同庁舎 2号館 共用会議室5（オンライン併用）

出席委員：池尾座長、紀陸委員、佐々木委員、高松委員（オンライン参加）、橋口委員（オンライン参加）、
林口委員（オンライン参加）、平林委員、デューイ委員（欠席）

1. 開会

2. 議事

(1) 実証事業の実施報告（事務局からの実施報告と質疑応答）

①DXを活用したエリアマーケティングと機能強化（株式会社エイチ・アイ・エス）

（池尾座長）具体的にどのようなビジネスモデルのイメージを持っているか。

（エイチ・アイ・エス）通常は案内所来所者にヒアリングで国籍等を確認しているが、今回の事業ではSSIDを通じてエリアでの来訪者の国判別を行った。それを踏まえると、ターゲット国の人々に対して訴求したい地方自治体の観光プロモーションの場として案内所を活用するというビジネスの可能性があると考える。

（紀陸委員）自治体や地域のホテル等からの支払いが考えられるというイメージか。

（エイチ・アイ・エス）両方が考えられる。自治体にとっては旅ナカでの誘客として非常に有効だと思う。

また、センサーを設置した地域の施設との連携もポイントである。今回の設置店舗では、開店前に団体ツアー客を特別入店させて混雑緩和を図った事例もある。地域連携の強化による案内所の収益化としても考えられる。

（池尾座長）ビジネスとして考えた場合、どのような場合が成功で、どのような場合が失敗になるのか。

（事務局）旅行者が、まず案内所に行けば、空いている施設にスムーズに入れるというブランディングができることで、結果的にリピーターが増える、単位時間当たりの消費金額が上がるという構造ができる。失敗のケースとしては、観光客が少なかったためデータが有効に活用されず、ブランディングにもつながらない、コストだけが掛かるということだと思う。

（観光庁）VRの物販・入場券購入率が2割であることをどう評価しているか。

（エイチ・アイ・エス）両替機を目的に来訪した外国人旅行者がVRを見て入場券も購入するという、目的からマネタイズまでの流れが効果的に働いたと考えている。一方で、初期費用の回収には長期での収益化を考えていく必要がある。

②109 言語観光コンシェルジュ実証事業（公益財団法人大阪観光局）

（紀陸委員）閲覧数1779に対してチャット利用数が20人に減っている理由は何か。一方で、その20人のうち7人がクーポンを利用しているという3割の行動変容を実現している。

（大阪観光局）期間中に35000人が来訪したが、その大半が韓国人でチケット関連の問合せであったため、その迅速な対応が優先され、チャットへの誘導が難しかった。チャット利用者がクーポンを利用した形ではないが、見た人が利用した実績だと考えている。

(池尾座長) チャット機能は案内所に来なくても使える。案内所に来る目的とチャットを有機的に結びつける施策はあるのか？

(大阪観光局) 大阪は万博も見据え、多くの国々の方が来るという前提で様々な母国語で対応できることを目指している。数多くの翻訳ツールがある中で、このシステムはサイトとチャットなどいろいろな組み合わせができるので、案内所業務との親和性があると考えている。日本語でスタッフが対応できるため、ストレスフリーという意味でも業務の改善につながると思う。

(紀陸委員) このシステムを案内所に導入することで全国の案内所の底上げができるという感覚はあるか。

(大阪観光局) はい。外国語のスタッフは常に人材不足なので助けになると思う。普段はあまり外国人が来ない案内所に急な来訪があった際にもすぐに対応できることは強みではないかと思う。チャット機能だけでなく、サイトで日本語入力をする多言語で読み取ることができるので、情報発信が109言語でできる点は便利である。

(観光庁) 万博を2年後に控え、通常よりも多くの言語への対応が求められるとすると、大阪観光局としては今後の展開をどう考えているか。

(大阪観光局) 世界中から様々な年代の方に来ていただくという意味では、様々な言語でおもてなしを發揮したいと思っている。このような簡単なツールを使うことで、横展開も可能ではないかと考えており、相互連携しながら大阪全体で旅ナカの情報発信を強化したい。

③Google マップを活用したFIT 周遊支援実証事業 (株式会社 JKL331)

(平林委員) 過去データの蓄積を検証し機械学習で最適なルートを提供していくことになると思う。そのいわゆる教師データはどこまであったか。これが仕組みとしてできれば、日本全国や世界でも通用するものになると思う。データの属性や嗜好などの取得において、どう工夫したのかを教えてください。

(事務局) 実施事業者が台湾からのインバウンド事業を行っており、事業部長が台湾の方であることから、その外国人視点での感覚を教師データとし、仮説を立ててルートを作ったと聞いている。

(平林委員) 全国に展開するには仕組みが重要。データを集める部分とネイティブ的な思想の掛け合わせでより精度が上がっていくと思う。

(事務局) Google を使用したことが大きい。各案内所のページに管理画面を作り、それを経由して域内のマネジメントができると、システム側のAIを使ったルートの自動生成機能を使って、労働集約型ではなく自動的にできるのではないかと議論している。

(紀陸委員) 提案ルートの正しさをどう定義するか、見た人が納得できるかがこの事業ではとても大事。レコメンドされたものが合っているかよりも、なぜこれが提示されたのかに納得できることで使われるものになると思う。ルート生成にAIが使われ、効率のいい回り方が自動化されるのはすごく価値があるので、レコメンデーションのさじ加減を間違えなければ汎用的に使えると思う。

(池尾座長) これはAIでやっているのか、機械学習か。

(事務局) 開発期間が短く、費用に限界があったので機械学習は使っていない。取材した情報から手作業でコンテンツを作成している。

(池尾座長) 入力条件によりレコメンデーションが変わるので、学習を積み上げていくことが大切だと

思う。また、既存の観光資源の中でのレコメンデーションだけではなく、新たな観光資源の発掘という面でも活用できるといい。

(観光庁) 満足度 100%とあるが、レコメンドされたルートへの満足度か、実際に周遊してみた満足度か。機械学習や AI を使って、今後どのような展開が考えられるか。

(JKL331) 満足度は実際に周遊してみた結果であるが、アンケートの取り方にもよるので改善の余地はある。3~4つのルートが提示されるが、再度質問からやり直す人もいたし、3~4つだけでなく全てのルートを自分の好みと合う度数順に並べて欲しいなど、様々な意見があった。それらを踏まえて改善できるともっといいものになると思う。

(観光庁) 観光客のニーズもそうだが、案内所の業務負担軽減も含めた新しい接客の形だと思う。

(佐々木委員) QR コードの案内は接客業務の負担軽減に効果があるというが、提示だけではなかなか利用されなかったともある。アプリなどをうまく活用してもらうための知見はあるか。

(JKL331) QR コードが信頼性のあるものかが分からないので、必ず読み込むとは言いにくいという話もあり、今後は打ち出し方を考えていかなければいけない。

④ターミナル拠点観光案内所連携による機能強化事業（東急株式会社）

(池尾座長) これを広げていく時には、一つのハブの下に小さなハブがつながっていくピラミッド型か、それとも、いくつかのハブが同等に横につながるのか。どういうイメージを持っているか。

(事務局) 各エリアを束ねるハブの先にエリアの案内所がつながるといふ仮説をもっている。

(東急) 案内所の立地により機能や役割が異なる。北海道では新千歳がハブとなりその下に周辺空港や地域の案内所がつながる。関東では東京がハブとなり関東広域の案内所をつなぐ。そしてハブ同士もつながることで、東京から新千歳につなぎ、その先の着地に広げるというネットワークが有効ではないかと考えている。

(紀陸委員) ただ端末を置くだけでは使われないと思うが、どうやって声掛けをしたのか。外国人の反応はどうだったか。

(東急) 旅行者は、渋谷で北海道の案内ができるとは知らないで訪れるので、スタッフから次の訪問先を聞いて話のきっかけを作り、コミュニケーションを通して北海道に興味を持ってもらい、ツールの利用を促した。北海道に行く予定がある方にはより具体的なローカル情報を遠隔接客で伝え、予定がない方には次回以降の来訪につながるように情報提供した。

(佐々木委員) 遠隔接客のために、新千歳では特別にスタッフを用意したのか。函館のフォローにおいては、新千歳から函館の観光案内をしたのか。

(東急) 新千歳側で新しいスタッフを雇用したり、特別なシフトを組んだりということはない。通常のシフトの中でもかなりの確率でつなげることができたと思う。函館のフォローについては、空港からの二次交通の案内を言語的にサポートすることが主な役割だった。

3. 閉会

(事務局・鈴木補佐) 熱心なご議論に感謝。次回は3月15日13時より開催。これにて閉会。本日は誠にありがとうございました。

以上