インバウンド観光（訪日外国人観光客）プロモーションに関する自治体実態調査

916 / 1741

Guidoor
mobile city guide

一般財団法人 モバイルスマートタウン推進財団

平成３０年４月

インバウンド観光（訪日外国人観光客）プロモーションに関する自治体実態調査

- 本調査は、各自治体におけるインバウンド観光のプロモーションに関する取り組み状況の実態把握を行うための調査です。
- ご回答いただいた情報を集約し、調査結果をメールなどにてご報告し、各自治体において今後の観光プロモーション活動などにお役立ていただくこともあわせて目的としています。
- 担当部局が異なる際は、恐れ入りますがご回答にご協力いただける部局へお渡しください。
- ご提供いただいた情報は適切に管理し、追跡調査及び弊財団からのご連絡などにのみ活用し、それ以外の目的には使用いたしません。
- ご回答の締め切りは**４月２７日（金）**とさせていただきます。
- 下記のいずれかの方法でご回答をお寄せください。
  ①アンケート回答用 Web ページ（http://bit.ly/2Dm5E79）にアクセスして回答
  ②アンケート用紙５枚を FAX（０３－５７９７－７４１０）で送信
  ③アンケート用紙５枚を同封の返信用封筒にて郵送

【回答用 Web ページ】

【お問い合わせ先】
一般財団法人 モバイルスマートタウン推進財団
担当：落合・飯置川
TEL：03-5797-7411　FAX：03-5797-7410
Website：https://www.guidoor.jp
E-mail：info@mobilesmarttown.jp

1

FAX：03-5797-7410

一般財団法人 モバイルスマートタウン推進財団

◎ ご回答者の連絡先

自治体	都・道・府・県	市・町・村
ご担当者	お名前：	
	部署：	役職：
ご連絡先	電話番号：	FAX：
	メールアドレス：	@

◎ アンケート

【０１】貴自治体において、ここ数年で外国人観光客数の変化はありますか。
□増えている　□変わらない　□減っている

【０２】外国人観光客の受け入れについてどうお考えですか。
□積極的に受け入れたい　□受け入れたい　□受け入れたくない

2

【０３】外国人観光客のプロモーションを実施していますか。
□積極的に実施している　□実施している　□実施していない

【０４】外国人観光客を受け入れるメリットとして考えられることは何ですか。（※ 複数回答）
□新たな市場の開拓　□異文化交流
□高い消費単価及び利益率　□市場のリスク分散
□従業員の接客対応の質の向上　□商品やサービスの質の向上
□国内観光客が少ないオフ期の集客　□特にメリットは感じない
□その他（　　）

【０５】外国人観光客を受け入れるデメリットとして考えられることは何ですか。（※ 複数回答）
□言語の違いから生じる地域住民の戸惑い　□文化の違いから生じる地域住民の戸惑い
□多言語対応やハラール対応等の経費増大　□宿泊施設の不足
□違法民泊の蔓延　□住宅街などで夜中に騒がれる恐れ
□治安悪化への懸念　□環境保全への懸念
□既存のお客様が離れてしまう恐れ　□特にデメリットは感じない
□その他（　　）

【０６－１】案内サインやパンフレットなど観光用販促物の多言語化は実施されていますか。
□実施している　□一部実施している　□実施していない（予定あり）
□実施していない（予定ないがしたい）　□実施していない（するつもりはない）

【０６－２】多言語化を実施済み／実施予定の場合、主に対応している言語はどれですか。（※ 複数回答）
□英語　□フランス語　□スペイン語　□ポルトガル語
□ドイツ語　□イタリア語　□タイ語　□インドネシア語
□ロシア語　□韓国語　□中国語（簡体字）　□中国語（繁体字）
□その他（　　）

3

【０７－１】自治体運営の公式 Web サイト、モバイルアプリ等の多言語化は実施されていますか。
□実施している　□一部実施している　□実施していない（予定あり）
□実施していない（予定ないがしたい）　□実施していない（するつもりはない）

【０７－２】多言語化を実施済み／実施予定の場合、主に対応している言語はどれですか。（※ 複数回答）
□英語　□フランス語　□スペイン語　□ポルトガル語
□ドイツ語　□イタリア語　□タイ語　□インドネシア語
□ロシア語　□韓国語　□中国語（簡体字）　□中国語（繁体字）
□その他（　　）

【０８】訪日外国人観光客に向けた SNS を運用していますか。（※ 複数回答）
□Facebook　□Twitter　□Instagram　□YouTube
□Google＋　□Vimeo　□ブログサービス等　□微信　□微博
□運用していない　□その他（　　）

【０９－１】インバウンド観光事業を推進するにあたり ICT を活用していますか。
□活用している　□活用していない（予定あり）
□活用していない（予定はないがしたい）　□活用していない（するつもりはない）

【０９－２】①で活用しているとご回答いただいた方に質問です。具体的な内容をお教えください。

4

【１０】インバウンド観光事業を推進するにあたり現状で困っていることは何ですか。（※ 複数回答）
□PR 方法がわからない　□PR するための動画や写真がない
□多言語対応やハラール対応等の予算がない　□特に困っていることはない
□その他（　　）

【１１－１】インバウンド観光事業を推進するにあたり官民連携していますか。
□連携している　□連携していない（予定あり）
□連携していない（予定はないがしたい）　□連携していない（するつもりはない）

【１１－２】①で連携しているとご回答いただいた方に質問です。具体的な内容をお教えください。

【１２－１】インバウンド観光事業を推進するにあたり広域連携していますか。
□連携している　□連携していない（予定あり）
□連携していない（予定はないがしたい）　□連携していない（するつもりはない）

【１２－２】①で連携しているとご回答いただいた方に質問です。お相手の自治体をお教えください。
（　　都・道・府・県　　市・町・村）

【１２－３】①で連携しているとご回答いただいた方に質問です。具体的な内容をお教えください。

5

【１３】外国人観光客を受け入れる際に抱えている課題は何ですか。（※ 複数回答）
□多言語対応ができていない（接客）　□多言語対応ができていない（販促物）
□見文化によるマナーの相互理解　□多様な期算方法
□Wi-Fi 環境の整備　□食事の内容・味付け・材料
□急病・盗難など災害等の対応　□特に問題はない
□その他（　　）

【１４】別紙の通り、弊財団では「Guidoor（ガイドア）」という観光情報サイトを運営しております。
そこに貴自治体のページ及び動画を独自に作成させていただくことについてご意見をお聞かせください。

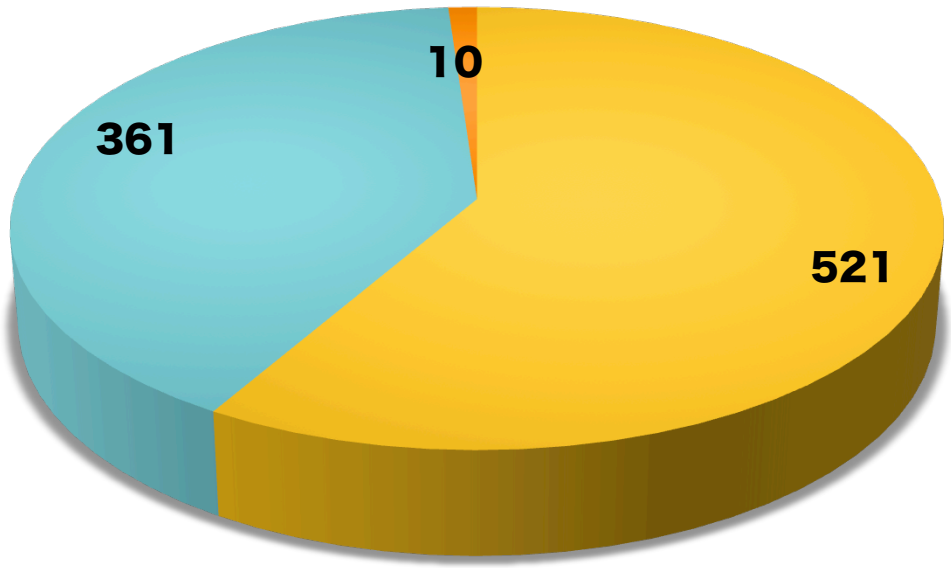
※ 社会貢献事業の一環として、これらは無償で作成・提供いたします。
※ 作成したコンテンツはご自由にお使いいただけます。
※ 現在約４万人の観光客にご利用いただいている Guidoor でも掲載させていただきます。
※ サンプルがございますので、右記の QR コードを読み取ってご覧ください。

□ぜひ作成してほしい　□興味ある　□どちらともいえない　□興味ない

【１５】その他ご意見などございましたらお書きください。

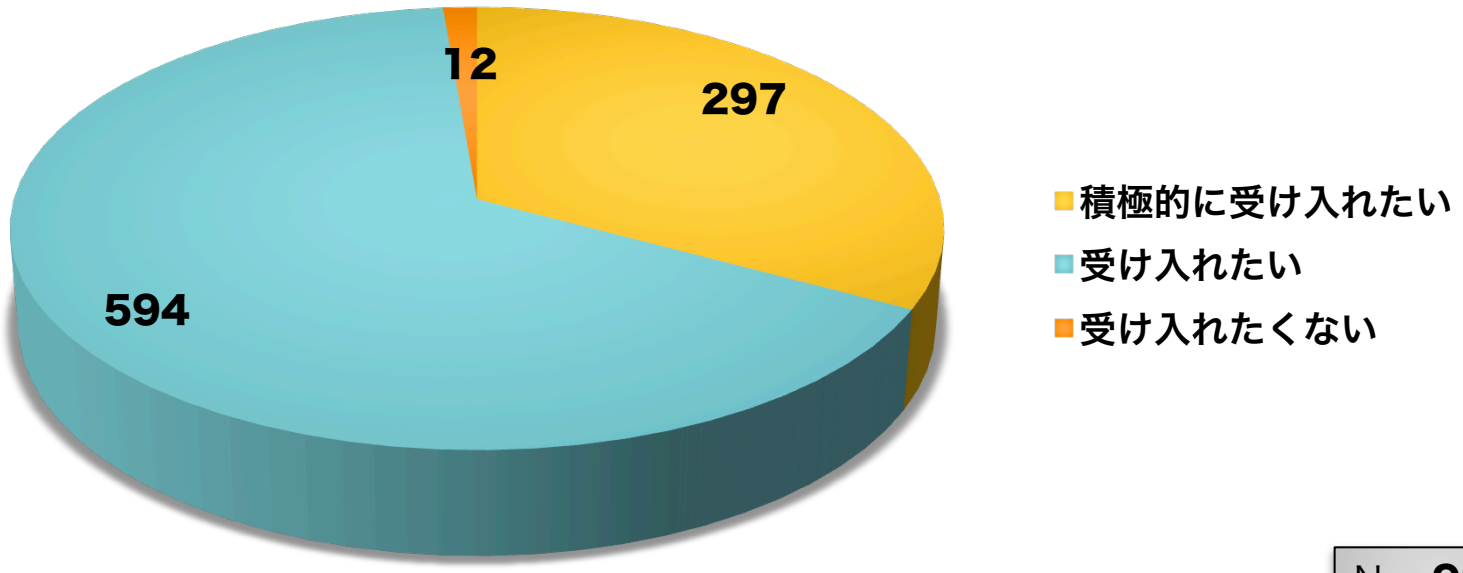
質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

01. ここ数年における外国人観光客数の変化について



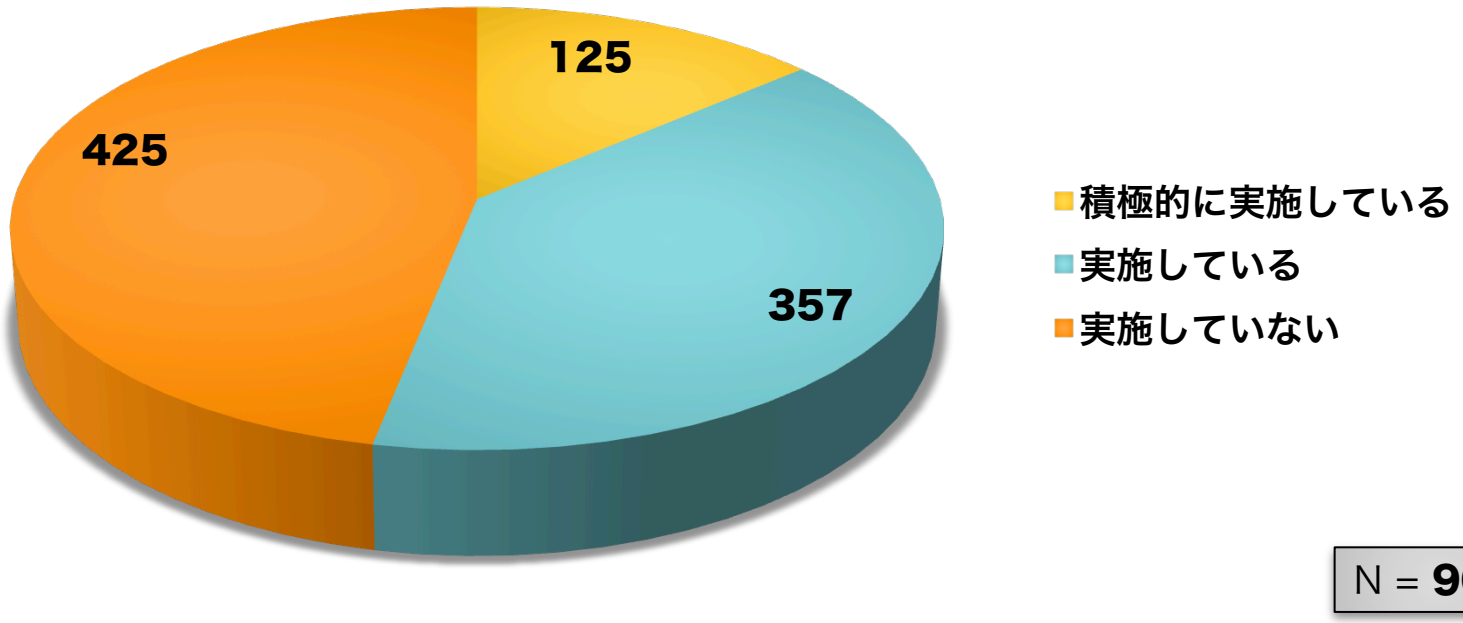
N = 892

02. 外国人観光客の受け入れについて



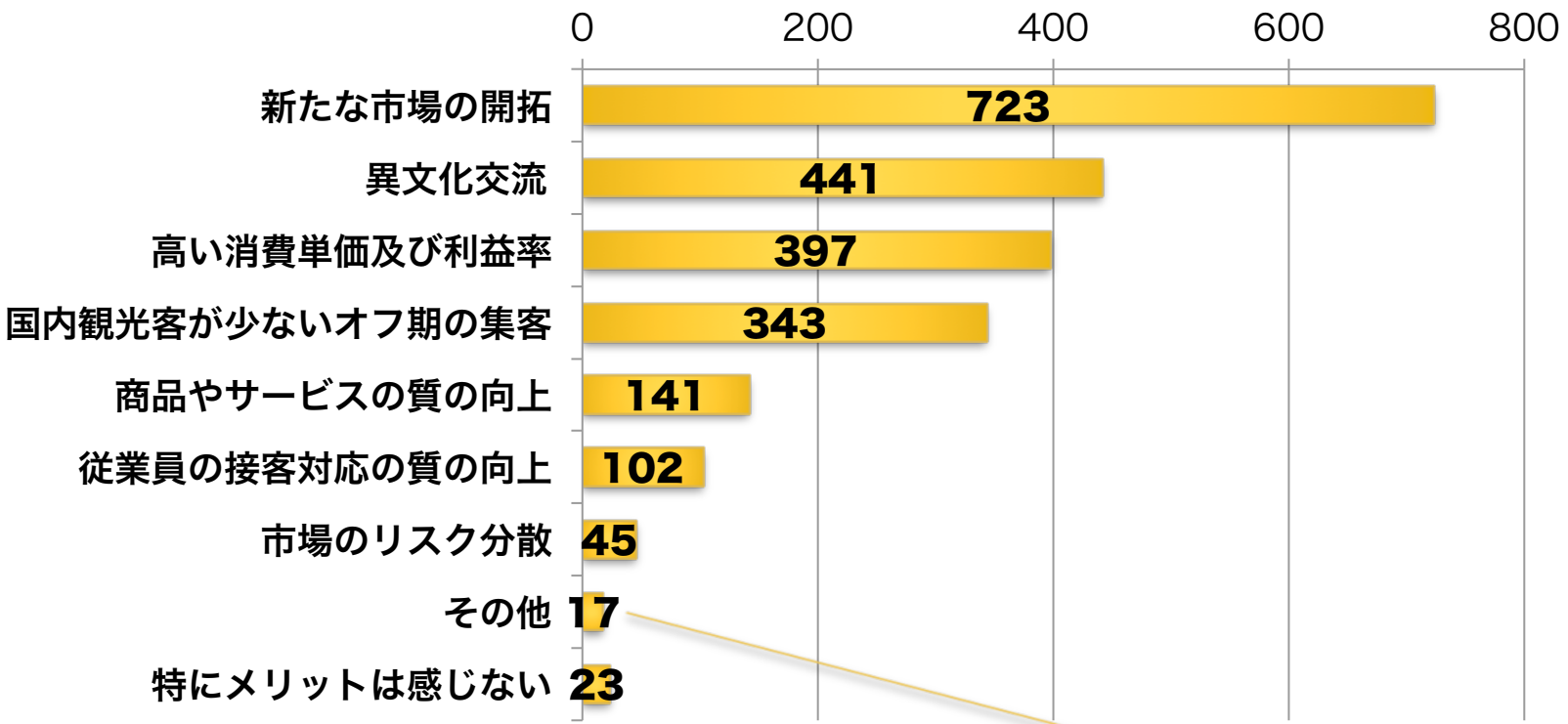
N = 903

03. 訪日外国人観光客向けのプロモーションについて



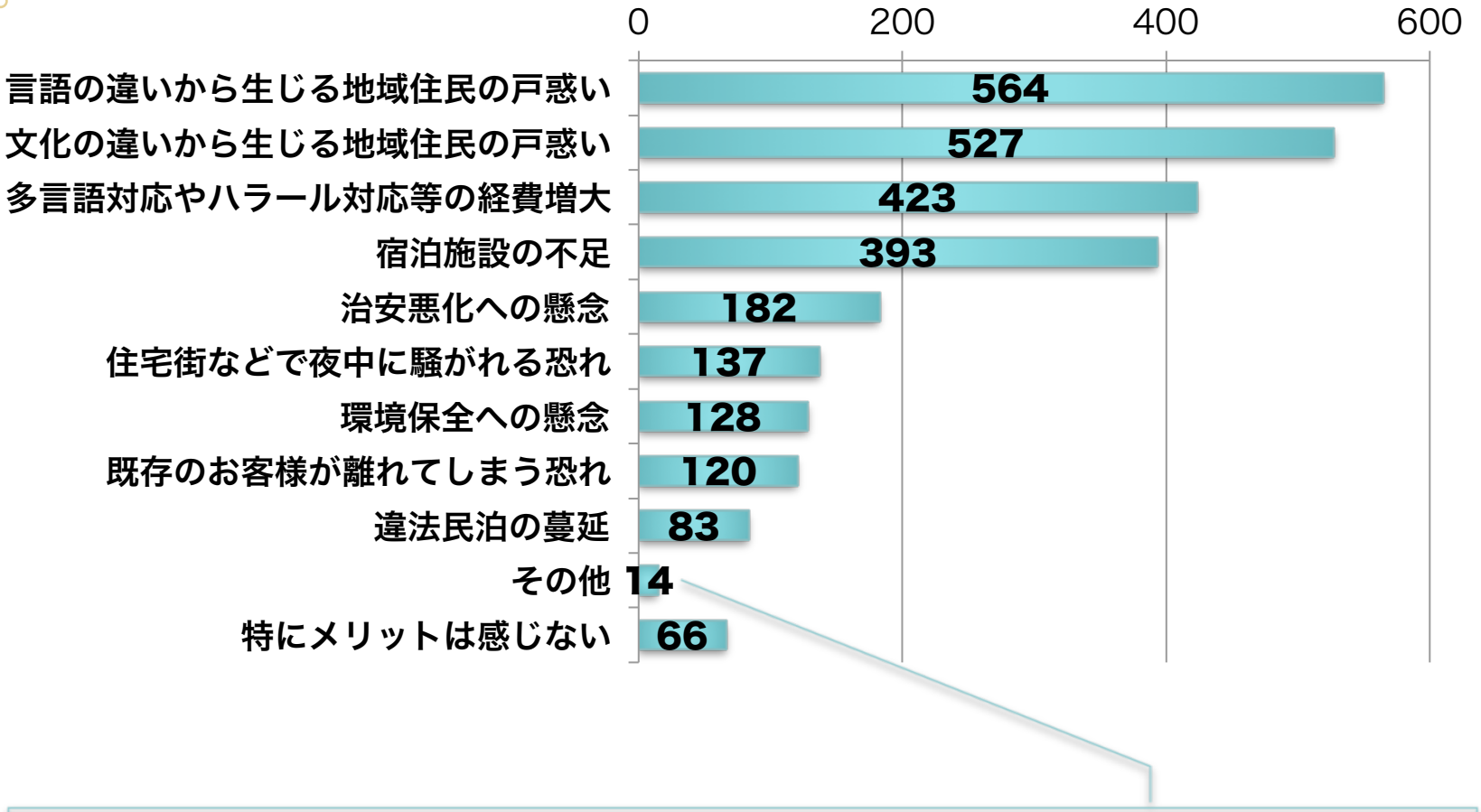
N = 907

04. 外国人観光客を受け入れるメリット



- 観光客増加
- 町の認知度向上
- 低迷する観光客数の歯止め
- 継続的な来訪
- 宿泊日数が日本人観光客より多い
- 交流人口の増加
- 地域への外貨流入
- 観光施設内外の活性化
- 商機の創出
- 日本人観光客の回帰（リ・バウンド効果）
- 新たな観光資源の発掘
- 地域住民の観光振興意識の向上と観光資源への理解
- 地域への波及効果と変化への期待
- 過疎地域における祭礼の存続

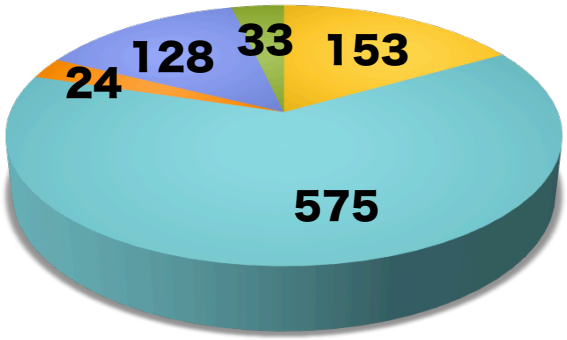
05. 外国人観光客を受け入れるデメリット



・多言語対応
・対応人材の不足
・マナー・ルール違反
・直前のキャンセルが多い
・通過型のため消費額が少ない

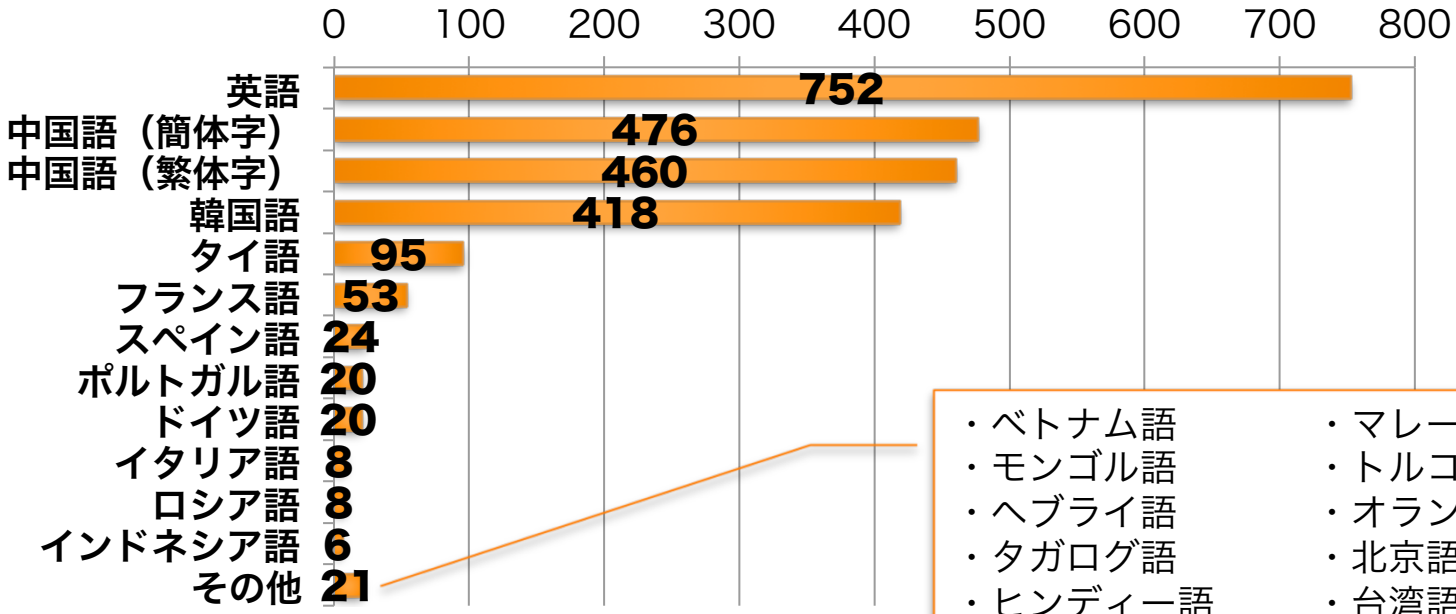
・受け入れる事業者の負担増
・受入体制整備に要する経費
・現金以外の支払いに対応する経費
・宿泊施設の明確な意志（受け入れたいかどうか）
・日本人による外国人排斥気運の高まり

06. 案内サインやパンフレットなど観光用販促物の多言語化について



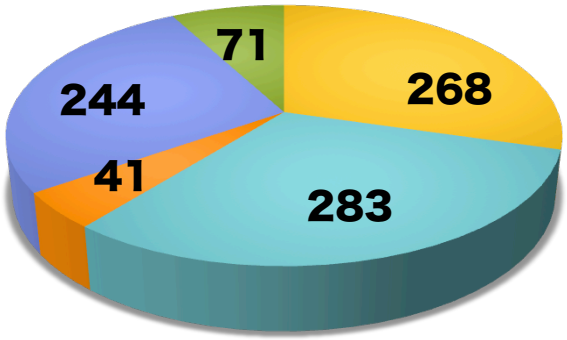
実施している
一部実施している
実施していない（予定あり）
実施していない（予定ないがしたい）
実施していない（するつもりはない）

N = 913



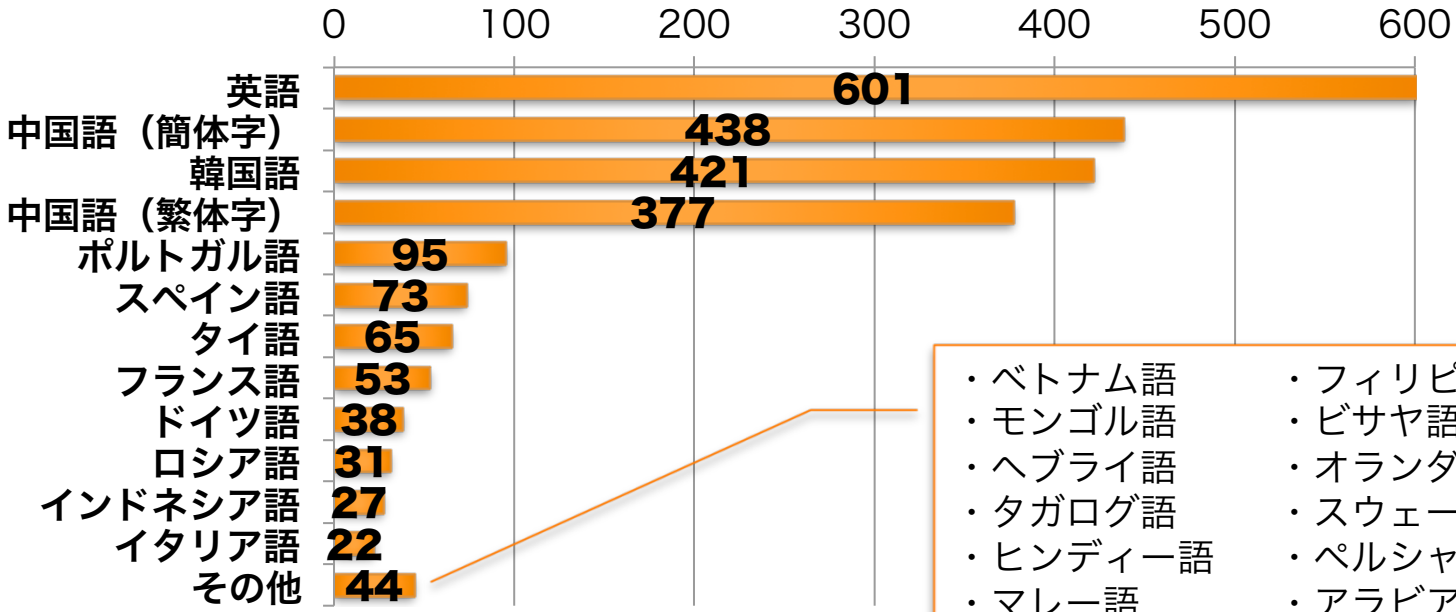
・ベトナム語
・モンゴル語
・ヘブライ語
・タガログ語
・ヒンディー語
・マレー語
・トルコ語
・オランダ語
・北京語
・台湾語

07. 自治体運営の公式Webサイト、モバイルアプリ等の多言語化について



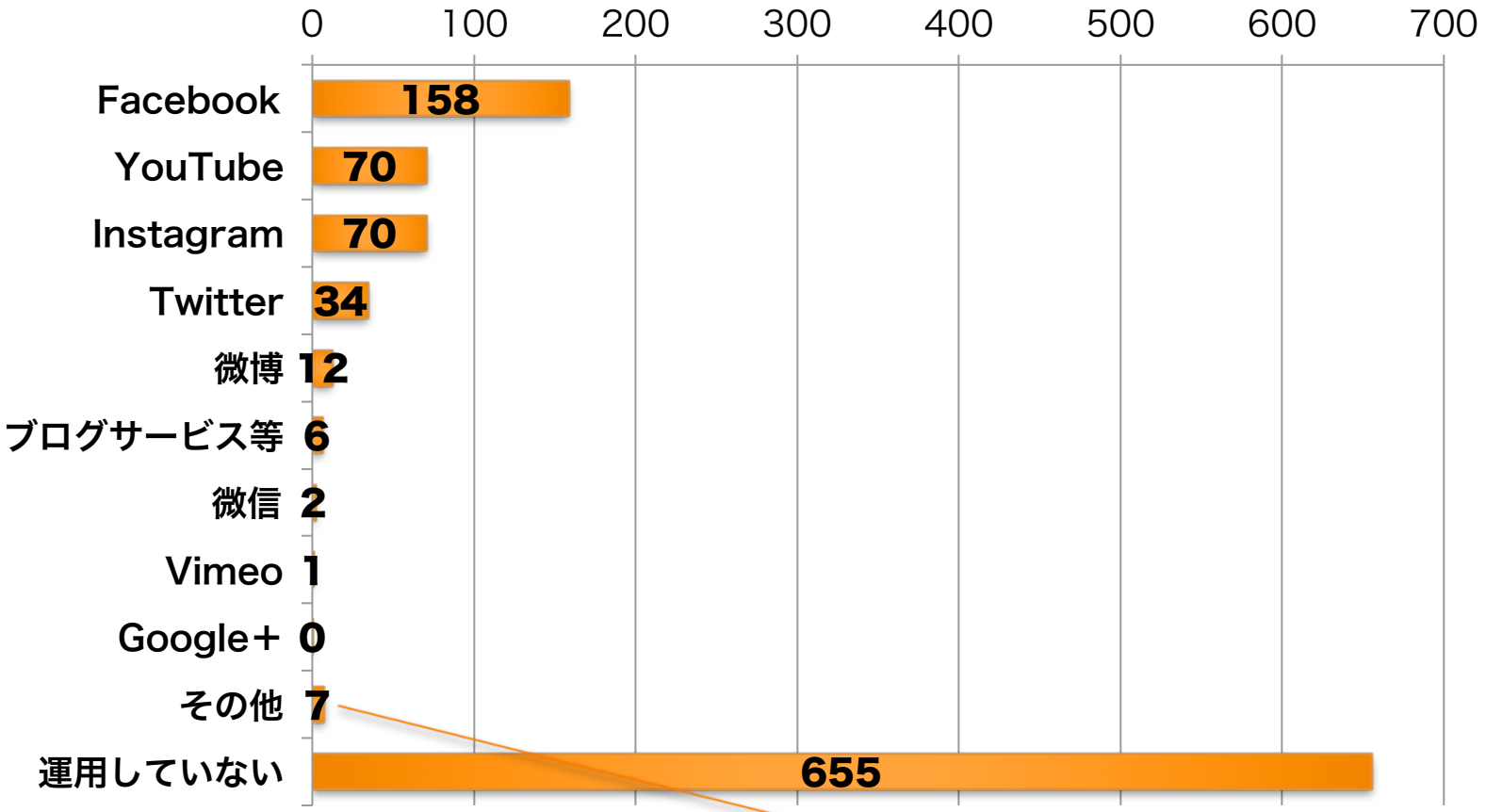
実施している
一部実施している
実施していない（予定あり）
実施していない（予定ないがしたい）
実施していない（するつもりはない）

N = 907



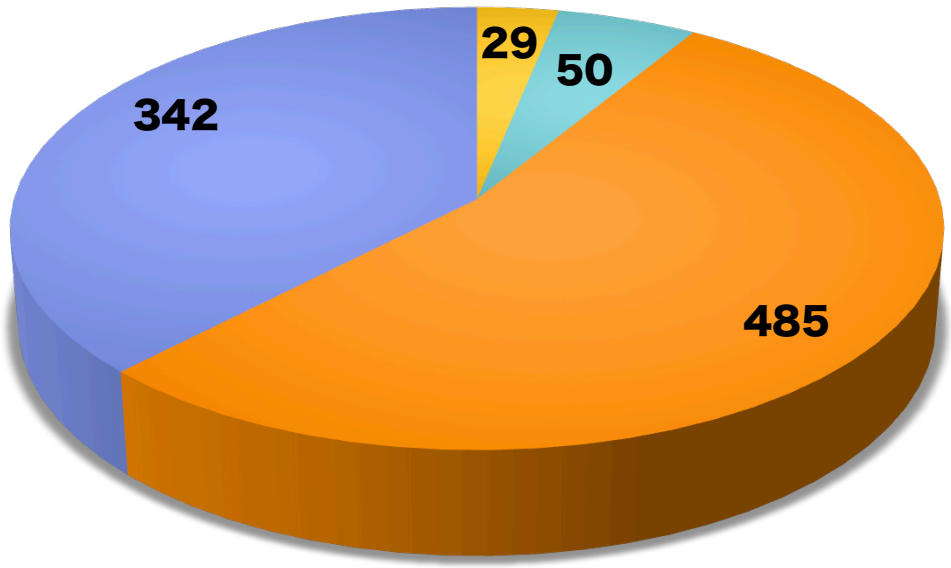
・ベトナム語
・モンゴル語
・ヘブライ語
・タガログ語
・ヒンディー語
・マレー語
・フィリピン語
・ビサヤ語
・オランダ語
・スウェーデン語
・ペルシャ語
・アラビア語

08. 訪日外国人観光客に向けたSNSを運用について



・広域的な団体にて運営
・国際交流協会による情報発信
・広告代理店に委託してスポット的に活用
・市公式スマートフォンアプリ
・外国人観光客を狙っての発信はしていない
・運用予定

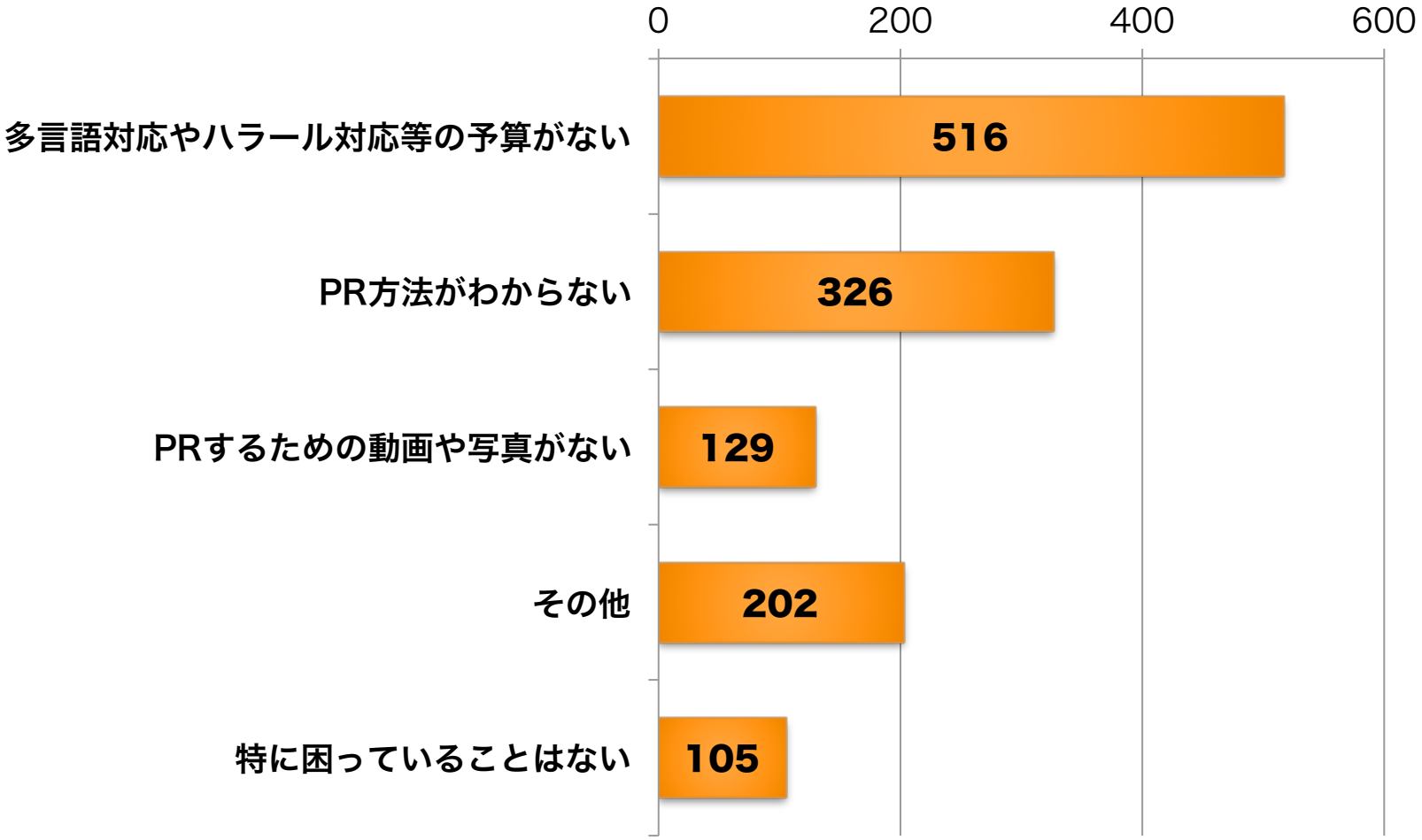
09. インバウンド観光事業の推進における IOTの活用について



09. インバウンド観光事業の推進における IOTの活用について

- 訪日外国人旅行者向けの指紋認証による本人確認・決済などの実証実験
- 観光案内所においてデジタルサイネージの活用、グループチャットでの案内所間情報共有
- デジタルサイネージ、翻訳
- QRコードやNFCによる外国語版HPへの誘導
- 街めぐアプリ
- 観光施設での音声ガイド
- Webサイトの制作・広告、観光アプリの活用
- 観光スポットなどの情報が入ったアプリを周辺自治体とともに提供
- 経済産業省タッチ＆ペイ（生体認証システム）
- 共通プラットフォームを活用し、収集した防災・観光分野におけるデータをPCブラウザで閲覧できるシステムを導入
- スマートフォンアプリ
- 主要観光施設などでのフリーWi-Fiの提供
- 日本遺産の構成文化財をQRコードの入った看板でHPに誘導
- 観光アプリと主要な観光施設に設置しているビーコンと連携し、英語による音声ガイドを行っている
- 観光看板などに二次元バーコード掲載、QRTranslatorによる看板の翻訳サービス、ARによる富士山ビュー
- 端末を活用した多言語観光案内ガイドサービスを提供している
- 観光協会が運営・管理しているサイトにおいて、英語・韓国語・中国語（簡体字・繁体字）への翻訳が出来るようにしている
- おもてなしロボットの普及、指紋認証決裁システムの導入
- 民間企業の提供により、QRコード／NFC搭載の情報杭による観光スポットを巡るオリエンテーリングを実施予定
- 多言語音声翻訳システム（翻訳機）
- 外国語対応（英語・韓国語・中国語繁体字・中国語簡体字）のWi-FiをJR鯖江駅などに設置
- カタログポケット
- 翻訳アプリ「VoiceTRA」の活用
- おもてなしICT協議会への参画（総務省実証事業）
- 町役場にてWi-Fiの導入、観光用アプリの作成（平成30年予定）、HPの多言語化
- ARチラシ、パンフレット、Wi-Fi（一部）

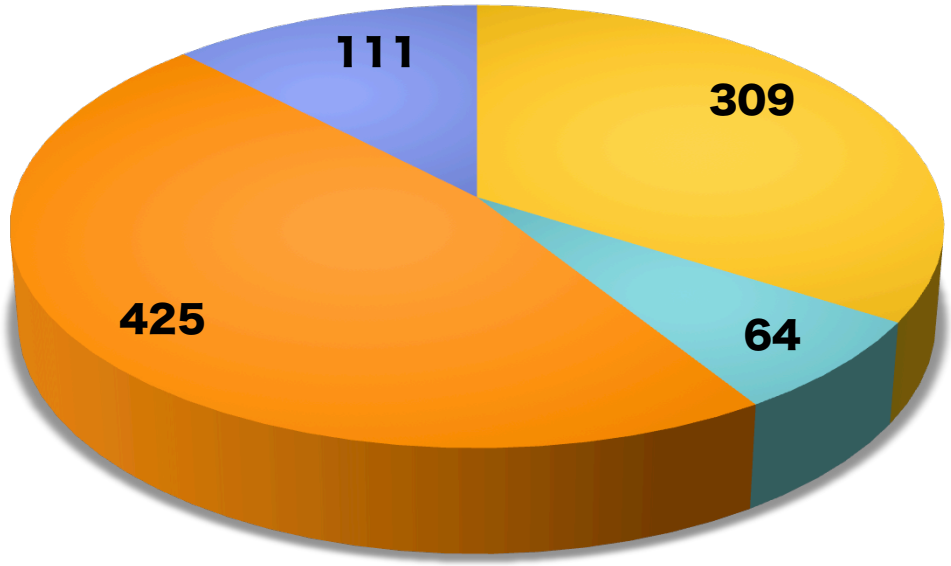
10. インバウンド観光事業を推進するにあたり現状で困っていること



10. インバウンド観光事業を推進するにあたり現状で困っていること

人手	・人材不足 ・インバウンドに関わる観光業の経験が豊富な人材育成および確保 ・地域リーダーの不在
予算	・受入体制整備に係る財源確保、プロモーション等の予算が非常にかかる ・現状では国からの交付金を活用して実施しているが、継続して国などからの支援がないと継続は大変困難である ・経済効果の算出が難しいため予算が確保しにくい
観光コンテンツ	・観光素材の開発、インバウンド観光素材の整備、体験プログラムの開発と販売、観光に適した場所がわからない、集客力がある観光資源がない ・外国人観光客向けの観光素材を磨ききれていない、外国人にニーズのある観光資源がわからない、外国人観光客に受け入れられるお土産づくり ・北海道や観光振興機構の事業を活用しているが、受託業者が同じであり、どの事業でも同じような内容となってしまう。
多言語対応	・各言語で地域を案内するプロのガイドが少ない、地域通訳案内士の充足、言語対応できる職員の不足 ・外国語に対応できるノウハウがない、市内の観光施設にまだ外国人客をおもてなしするスキル（言語など）がない、緊急時の言語対応 ・交通アクセスや資料館など、多言語での対応が十分ではない
交通・宿泊	・二次交通の問題、空路の便が極端に少ない多言語 ・宿泊施設の不足
受入体制	・受入体制の整備、受入体制の充実・強化、地元の受け入れ態勢ができていない（決済方法や言語など）、カード決済、両替場所、Wi-Fi環境 ・町内全体におけるインバウンド対応・観光事業推進体制がない、多言語対応やハラール対応等の整備が不十分、外国文化に対する知識などの不足 ・洋式トイレや案内看板など受入体制が整っていない、日本のマナーをどう伝えるか（トイレの使い方やゴミを捨てる場所など）、受入事業者の拡大
PR方法	・広告費が高い、外国語でのSNS発信ができない、個人化する外国人観光客の獲得、インバウンド向けPRまで手が回らない ・より効果的なPR方法を実施したいが情報源が少なく困っている、新しい地域へPRを行いたいが糸口を見つけるのが難しい ・現在行っているPR内容の充実。観光客の滞在時間を伸ばし消費額を増加させたい。区内の主要観光地以外への回遊性の向上
ターゲッティング	・ターゲットへのリーチ、ターゲット国の検討、外国人向けの商品開発 ・各国の思考・習慣・トレンド・嗜好（インバウンドの特性）が把握できていない、具体的なイベント戦略（ターゲット・手法）の設定 ・何からとりかかるかがわからない、ターゲットの絞り込み
効果測定	・定量的効果測定、効果測定が難しい、誘客宣伝を行うターゲットの整理を行うにあたり、本市を訪れる外国人観光客の動体分析が難しい ・事業の費用対効果がわかりにくいこと ・現状と課題を検討するためのデータが少ない、数値化されている分析データの不足、定量的な目標値設定のための基礎的な数値が把握できていない
連携	・市町村の広域連携ができていない、事業者の足並みが揃わない ・インバウンド仲介業者とのコネクション不足 ・九州・四国・中部地方に比べて、東北6県は足並みが揃っておらず、一体感に乏しい
理解の差	・地元の気運が高まらない、民間企業が受入に消極的な所が多い、町内事業者があまり必要としていない ・地域住民との合意形成に至っていない、インバウンドのメリットが住民に理解されるかわからない、事業者の機運醸成、市内での需要の有無 ・行政がインバウンドを推進しても地元の機運が盛り上がらない気がする、地域の人に外国人受け入れの必要性や重要性が伝わっていない
その他	・メルマガやまち歩きナビのアプリ登録者が伸び悩んでいる、平成30年度に動画作成予定、DMOで実施する予定 ・課題の整理を行っている、何からどのように始めるのか、離島であることから外国人が増加する見込みがあまりない。もう少し時間がかかると思う ・観光事業を行っていない、わからない

11. インバウンド観光事業の推進における官民連携について



N = 909

- 連携している
- 連携していない（予定あり）
- 連携していない（予定はないがしたい）
- 連携していない（するつもりはない）

11. インバウンド観光事業の推進における官民連携について

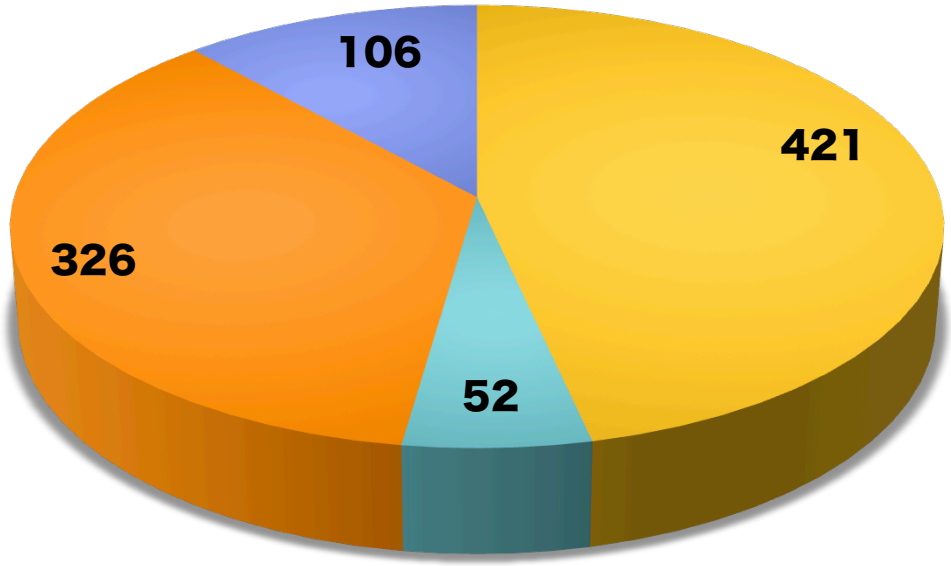
誰と？

DMO
観光協会、観光案内所
観光事業者、宿泊事業者
地元企業、民間企業、大型商業施設
鉄道会社、観光バス会社、タクシー業者
地元旅行会社、大手旅行会社
商工会議所、地元温泉組合
広告代理店
病院
海外の大学、教育機関
まちおこし協会
スポーツチーム

何を？

DMO設立
委員会や協議会などの設置
業務委託、補助金拠出
セールスコール、トップセールス
プロモーション、VJ事業
商談会や旅行博への参加・出展
多言語対応、ハラール対応
パンフレット・マップ・映像コンテンツの制作
ウェブサイト作成・運営
チャーター便やクルーズ船の誘致・受入
チラシやポスターの設置
資料提供、情報共有、Wi-Fi設置
モニターツアーの実施、ファムトリップ開催
外国語観光ボランティアへの活動補助
外国人ブロガー招致
教育旅行誘致
ツアーガイドなど人材育成
受入体制整備のセミナー開催
外国人接客マニュアルを作成
観光プログラム商品の開発
インターンシップ、アンケート調査
協定締結
農家民宿、祭りなどのイベント
無料シャトルバス運行

12. インバウンド観光事業の推進における広域連携について



N = 905

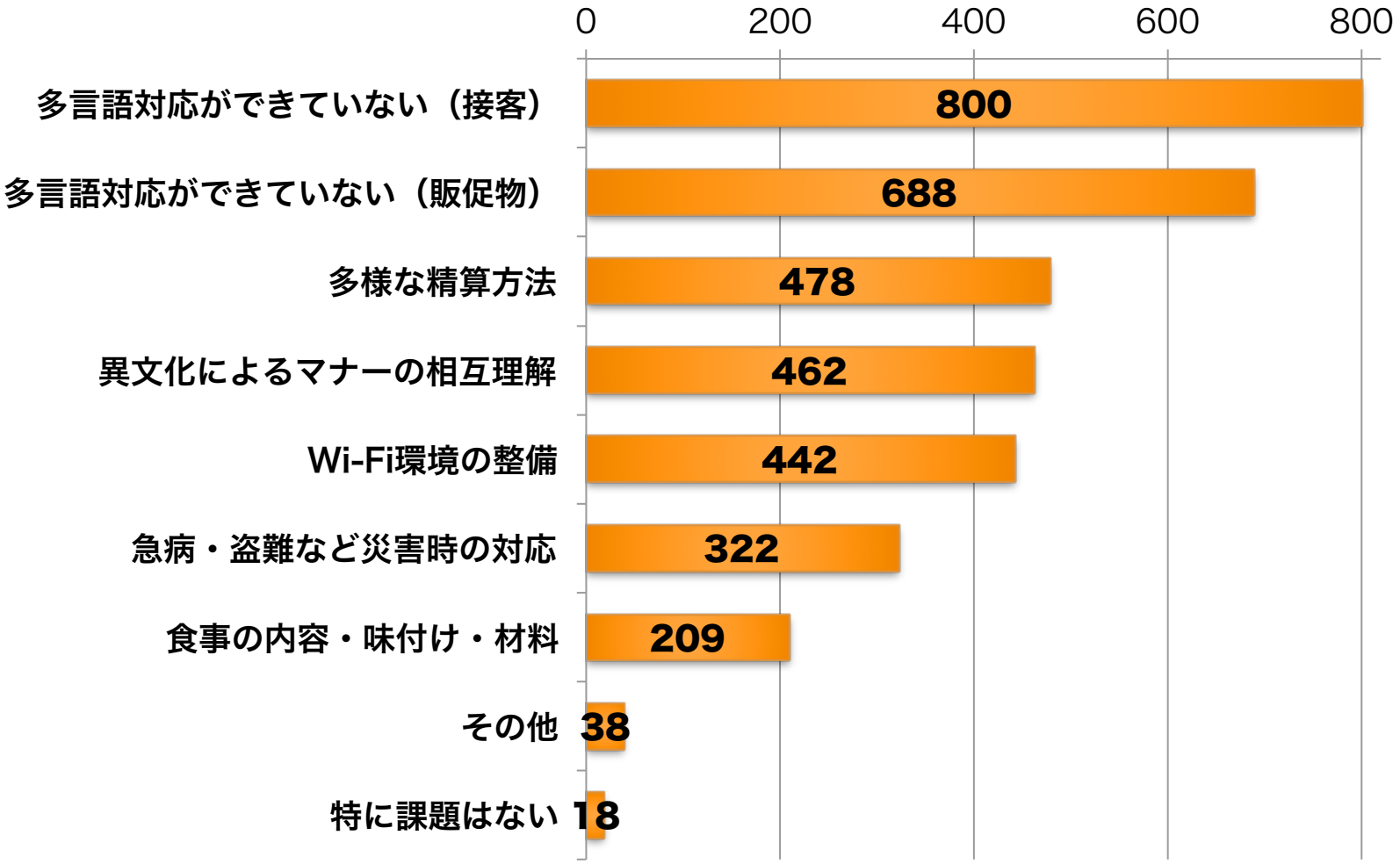
- 連携している
- 連携していない（予定あり）
- 連携していない（予定はないがしたい）
- 連携していない（するつもりはない）

12. インバウンド観光事業の推進における広域連携について

何を？

2019ラグビーW杯出場国からの訪日客誘客促進
各首長によるトップセールス、セールスコール
マーケティング調査、情報提供、セミナー開催
多言語対応、特例通訳士育成
補助金拠出、DMO組織設立、協議会の設置、友好交流協定締結
SNSなどを活用した情報発信
外国人YouTuberによる観光映像コンテンツの制作
パンフレット・映像資料・ホームページ・PR動画作成・アプリの作成
観光サイト構築・運営、バーチャルトリップサイトの展開
アニメ・サブカル事業、スタンプラリー
プロモーション、VJ事業、商談会や旅行博への参加・出展
教育旅行の誘致、FIT受入体制整備事業
ファムトリップツアー、モニターツアー、ブロガー招聘、メディア招聘
団体客の受け入れ、クルーズ船への対応
サイクルツーリズム、ゴルフツーリズム、スノーリゾート
酒造、地酒を軸とした連携事業
旅行商品の造成、着地型旅行商品の開発、観光タクシー、二次交通の整備
周遊ルートの提案、モデルルートの創出、ドライブルートの検討
レンタカーを利用する外国人旅行客への安心ドライブの推進とドライブルートの構築

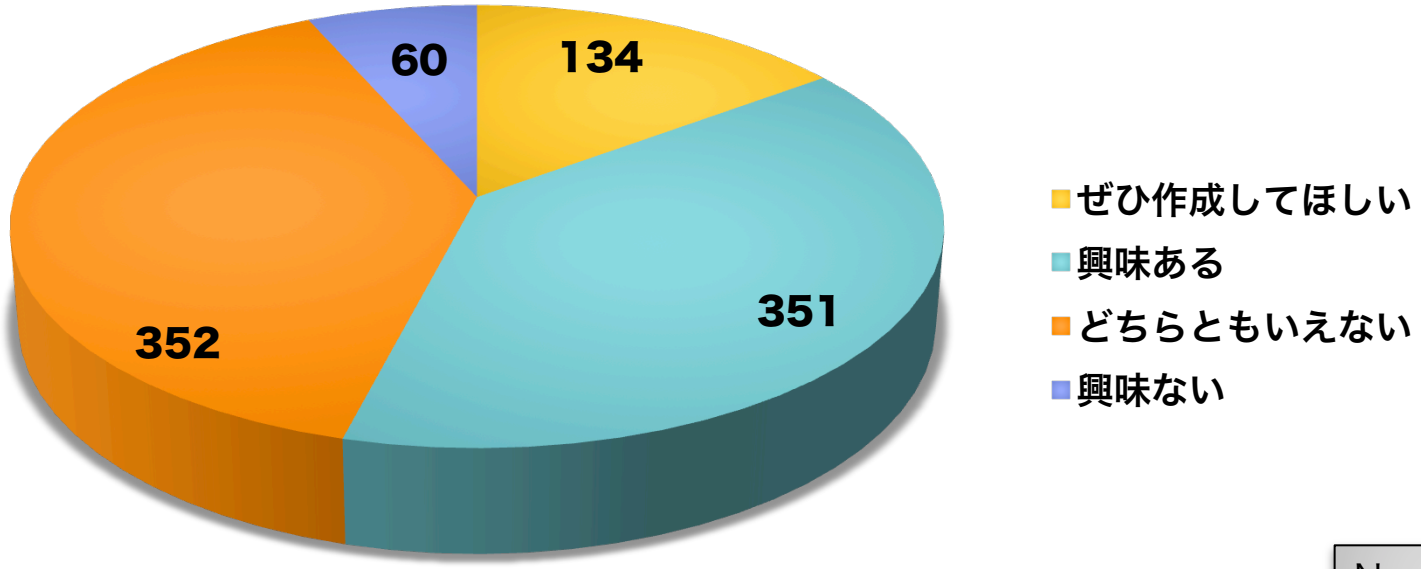
13. 外国人観光客を受け入れる際の課題



13. 外国人観光客を受け入れる際の課題

受入環境の整備は事業者の意思決定と取組みによるところが大きく、機運を醸成することが課題
駅ロッカーの不足
インバウンドの特性をきちんと把握できていないため、細かいケアができていない。
クレジット決済の導入
公共交通の整備が不十分
宿泊施設（部屋の大きさ、数）の不足
外国人観光客がほとんどおらず、ノウハウがないため課題が不明
十分な数えお受け入れられる宿泊施設がないこと
二次交通がない（外国人が二次交通まで調べてこない）
受け入れ自体が少ない
観光サインの多言語化、アピール性が弱い日本人の気質
サイン表示などのインフラ未整備
課題の整理を行っている
ホスピタリティ向上
外国人観光客に受ける施設がわからない
上記を含む総合的な環境整備
公共交通機関内アナウンス・観光施設・宿泊施設の多言語対応、多言語ガイドの充実、体験プログラムの充実
受入環境の整備、多言語ボランティアガイドの育成
外国人観光客はほとんど来ない
マナー・ルール違反
事業者の中で受け入れに温度差が激しい
そこまでの議論に至っていない
事業者の消極的な姿勢
できないわけではないが十分とは言えない状況だと思う
費用の折り合い
全般的に受入態勢が整っていない
空港からのアクセス、歴史的ストーリーの説明
2020東京オリンピックに向けて
トイレなどの施設（主に洋式化）

14. 弊財団のサイト「Guidoor」にページ及び動画を独自に作成させていただくことについて



N = 897

15. その他

プロモーションも重要であるが、まず宿泊場所といった受入体制の構築の面で取り組みを充実させたい。
web、動画、プロモーションなどは協議会の意思決定により方針に沿って実行中であるため、新規の取り組みにつきましては実施が難しい。
インバウンドの効果については認識しているところではありますが、現段階では手を出すという段階ではないと考えています。市内はじめ市外の方々へPRする余地がまだ残されていると考えています。 ついては、まず国内の観光客に焦点を当て、段階的にインバウンド誘致に取り組んでいきたいと考えています。
色々と取り組んでいるが、各市町の状況に応じた受け入れが必要だと考えている。一度に来られると各観光施設が対応できないので、息の長い取り組みが必要。昨年、上海でのプロモーションで、兵庫県の情報は初めてだと少し喜ばれました。 東京・大阪・京都などの情報は多いが、もっと地方の情報が欲しいと言われました。
市内飲食店からメニューの多言語表記について依頼があるものの、対応できていない。また、例年「外国人旅行者おもてなし講座」として事業者向けにインバウンド講座を開催しているが、効果的な講座を実施できていない。可能なら講座の講師などで協力いただきたい。 外国人が1万人にも満たない自治体であるが、インバウンドが増えている状態であり、準備が必要と考えているが、何から始めたら良いかわからないため、他自治体などとの取り組みを教えていただくとともに、ノウハウを学びたいと考えている。
本市では、市内在住の外国人の方に対する言語対応は行っていますが、外国人観光客の受け入れについては、住宅街が多い市行きでもあるため、市による積極的なインバウンド施策は現在のところ行っておりません。
当地区は1市3町が連携し、DMO設立を目指しているところであります。 これまでほとんど実施していなかった外国人観光客の受入整備などについても、積極的に取り組んでいきたいと考えております。
2018年4月にDMOを発足。今後はそちらを拠点に観光施策を展開予定。
民間企業における多言語メニューは、まだ十分に整備されていない。
Guidoorについて、一度詳しく説明を受けてみたい。無償提供に関して、手続き・規約など詳細を教えていただけますと幸いです。
Guidoorのサイトを拝見させていただきました。ぜひ動画作成と掲載について詳細をお伺いさせていただきたいです。
Guidoorの作成費用、外国人観光客受入時の注意点、外国人観光客が目にする有力なサイトなど知りたい。
東京2020オリンピックの開催に伴い、ゴルフ会場市であることから、インバウンド事業に取り組んでいきたいと考えている。 厳しい財政状況の中、このように無償で当市の取り組みをPRしていただける媒体については、有効に活用させていただきたいと考える。
観光資源が少なく、少ない中でまつりの実施などを通じて観光客を誘致しています。その観光客は近隣都県・市町村の日本人観光客であります。 現状では、今ある観光資源を磨くこと、まつりの運営の質の向上などを通じ、市をPRしていることに力を入れております。 今度、インバウンドへも力を入れていく方向となった際には、ご教授くださるよう、よろしくお願いいたします。
農工業が調和した地域で、主だった観光資源がないため、今のところは外国人観光客の受け入れについては魅力を感じていない。
当市はベッドタウンため、観光資源に乏しく、唯一外国人の方に知られているのが奇祭です。 動画などを作成・提供していただけるのであれば幸甚です。
実際の事業展開は所定の手続きを経て行うことになります。
海外の方が何に興味を示し何を購入したいか、どこまで足を延ばすかなどニーズがわかるとありがたい。何をもって情報を入手しているのか？
インバウンドについては、広域連携にて実施しているものが大部分であり、村単独での実施は無し。
多くの方がいらしておりますが、フォローができておりません。スキルもなく、対応を苦慮しております。
欧米を中心に外国人観光客が増えており、プロモーションを積極的に進めています。動画を作成していますので、活用していただけたらと思います。 ワシントンの日本の広報文化センターFBに流してもらったところ、2300万再生になっています。