

〈デジタルアーカイブの推進〉

外国人旅行者向けに、関西に集積する世界遺産や国宝、重要文化財の情報を収集・編集し、多言語化を進めていくことが重要である。

関西では、関西文化学術研究都市（けいはんな学研都市）などにおいて、最先端の情報通信関連の研究がなされている。その成果をインバウンドに活用し、デジタルサイネージや「i-KANSAI」等で情報を発信していく。

図表-11 けいはんな学研都市の情報通信技術（ICT）による取り組み事例

○200インチ多視点裸眼立体映像



情報通信研究機構（NICT）が開発した、特殊なメガネを使わずに高精細な立体映像が見られる技術。グランフロント大阪内「ナレッジキャピタル」にディスプレイが設置されており、2013年11月、奈良の海龍王寺の十一面観音像（重要文化財／左）や五重小塔（国宝／右）など貴重な文化遺産を3D映像化した。

○イメージファインダー



㈱ATR Creativeが開発した、マルチタッチの大画面で表示できるシステム。2012年3月より国立民族学博物館（民博）に常設されている。シンプルかつ直感的な操作性を生かすことで、デパートや店舗では外国人旅行者向けの商品の表示、駅では時刻表や周辺の観光情報表示などで利用が見込まれる。

○海外向け文化遺産フォトサイト「WABISABI NARA」



関経連が、関西にある文化遺産を海外に発信するための取り組みの第一弾として、2014年4月「WABISABI NARA」を奈良先端科学技術大学院大学の高度なインターネットセキュリティ環境のなかで開設。奈良の西大寺など約3,000点の写真を掲載し、その解説や歴史的背景をすべて英語で表記することで、外国人でも分かりやすく親しみやすいサイトになっている。新たな試みとして、画像のメタデータを整備し、検索時に出現頻度を向上させている。

○音声翻訳アプリ「VoiceTra4U」



情報通信研究機構（NICT）が開発した音声翻訳アプリ。英語だけでなく、韓国、台湾、中国の言語を含む27言語の翻訳に対応可能であり、駅等での外国語対応の向上が見込まれる。

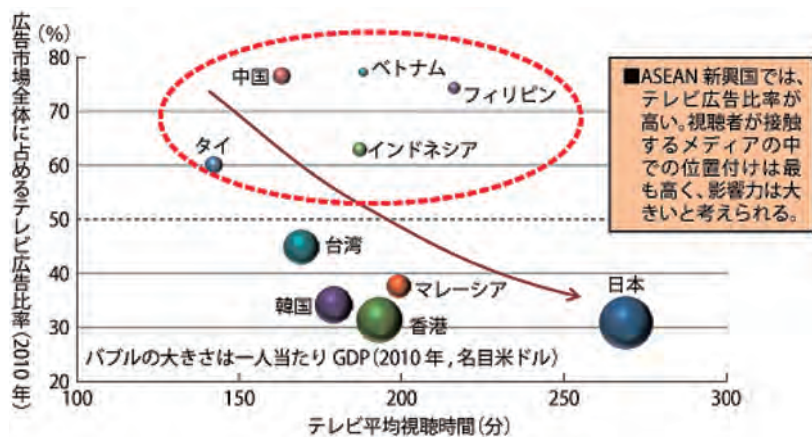
③ 海外のメディアを活用した情報発信

観光に関する情報は、さまざまなメディアで発信されているが、そのなかから関西についての情報に関心を抱いてもらうには、能動的な情報発信が必要である。

映像による情報発信はその魅力を強く伝えることができるが、なかでもテレビ番組は訴求力が高く、さまざまな情報を視聴者に伝えることができる。また、テレビ番組を利用して、関西の観光情報に関するウェブサイトの活性化や関西の話題づくり、関連商品の販売といった産業創出につなげることも期待できる。

さまざまな観光資源を有する関西を紹介するテレビ番組を海外メディアの視点で制作し、特にテレビを主な情報源とするアジアを中心に展開することで、関西の観光に関する情報ならびにブランドの発信へとつなげる。まずは、テストトライアルとして、タイと台湾において番組を制作・放映し検証を行う。その検証結果をふまえ、企業・自治体などと協力し、放映する国の選定や継続的な実施のスキームについて検討を進める。

図表-12 アジア・ASEAN 地域におけるテレビ広告の位置付けとテレビの平均視聴時間



(出所) 総務省「ICT 産業のグローバル戦略等に関する調査研究」(2013年)

図表-13 2014年度テストトライアルの実施

関西を紹介するテレビ番組海外放送のテストトライアルとして、2014年度にタイと台湾にて放送を実施。

■タイ

- ・放映チャンネル：地上波・チャンネル5
- ・放送日時：木曜日 20:30～20:55 (25分番組) 2015年2～3月に4回放送
- ・内容：番組ナビゲーターが自らの体験をとおして関西の魅力をレポート。

■台湾

- ・放映チャンネル：地上波・台湾電視公司 (TTV)
- ・放送日時：土曜日 17:00～17:30 (30分番組) 2015年2月に4回放送
- ・内容：台湾のモデル・タレントが親孝行として自分の母親に美しくなってもらうために関西へ。各地での美に関連する体験 (エステ、食事等) を通じて、関西の魅力を紹介。

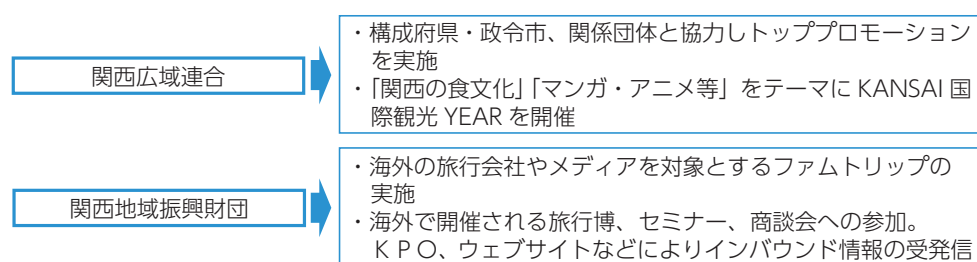
④ 情報収集とプロモーションの展開

関西では、関西広域連合が主体となり、関係団体と協力して海外でトッププロモーションを実施したり、「KANSAI 国際観光 YEAR」の取り組みとして「食文化」や「マンガ・アニメ等」のテーマで毎年特色を生かした活動を行っている。

また、関西地域振興財団では国際観光事業として、国土交通省近畿運輸局のビジット・ジャパン地方連携事業⁴⁾を活用し、海外での観光プロモーション、ファムトリップを行うとともに、関経連や民間企業などとも連携し、旅行博への出展や観光セミナーの開催、財団が海外に持つ関西プロモーションオフィス（KPO）の拠点を生かしたインバウンド情報の収集・分析・発信等の活動を実施している。

今後は各団体の連携をさらに強化し、オール関西で取り組んでいくことが求められる。その上で、昨今活発化している SNS などを通じた情報収集により、外国人の観光に関するトレンドを把握し、的確な情報発信を行っていく。また、関西ワールドマスターズゲームズ 2021 に向けたプロモーションの実施をはじめ、関西企業と連携した技術交流など新たな展開を検討する。

図表-14 現在のプロモーションの取り組み



各市場へのプロモーションの展開	
<韓国市場>	リピーターや個人客確保を目的とし、ブロガーや雑誌などメディアファムを実施。
<中国市場><台湾市場>	多様なニーズを有する重要な成長市場であり、インセンティブ旅行など顧客ニーズを細分化した対応
<香港市場>	ファムトリップ等によりサブカルチャーなど大衆文化をアピール。
<東南アジア市場>	タイ・マレーシア・ベトナムなど経済成長に合わせた観光プロモーションや旅行博を実施。
<欧米市場><豪州市場>	高齢富裕層やスポーツ・教育旅行、さらに女性客の取り込みを検討。

4) 日本の観光魅力を発信し、日本への魅力的な旅行商品の造成等を支援する事業。

(2) 魅力的な関西観光圏の整備推進

① 受入環境の整備

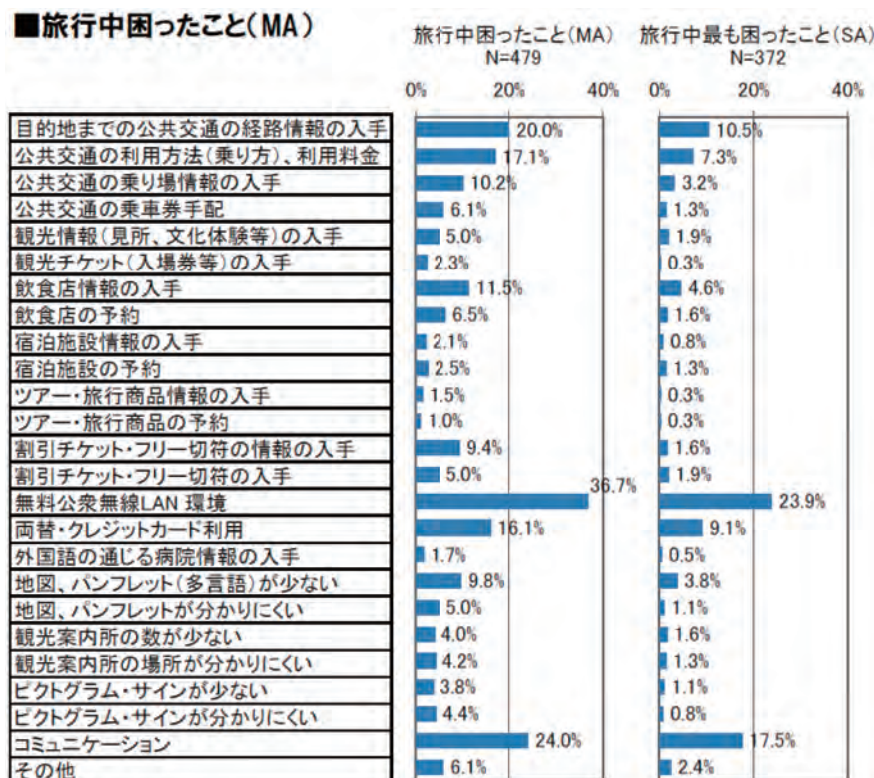
〈無料 Wi-Fi 利用環境の整備〉

観光庁が外国人旅行者に対して行った「旅行中に困ったこと」に関するアンケートでは、「無料公衆無線 LAN 環境」への不満が 36.7%と最多となっている。外国人旅行者の受け入れにおいて、無料 Wi-Fi 利用環境の整備は、特に広域エリアを観光する際の利便性向上のためには必要不可欠である。

現在、各自治体や事業者による本格的な無料 Wi-Fi 整備が進められてはいるものの、エリアごとに認証手続きが必要となっており、使い勝手のよいものまでには至っていない。

そこで、関西の自治体と事業者が一体となり、無料 Wi-Fi 利用環境の整備をより一層推進するにあたっての課題と具体策を検討し、一度の認証で関西各地での利用が可能となる「KANSAI Free Wi-Fi (仮称)」の実現に向けた取り組みを進める。その一つの方策として、関西各地において共通利用が可能となるアプリの開発と運営体制の検討を行う。総務省・観光庁の「無料公衆無線 LAN 整備促進協議会」(2014 年 8 月 29 日設置)とも連携しながら進め、将来的には、全国で利用可能となるよう取り組みを広げていく。

図表-15 外国人旅行者が旅行中に困ったこと



(出所) 国土交通省観光庁「外国人旅行者に対するアンケート調査」(2011年)

※ MA: 複数回答、SA: 単一回答、N: 回答数