

Smart Resort

デジタル技術を活用し、
地域の生産性や持続性を高め、
高い国際競争力を持った地域を形成するための

スマートリゾート

スマートリゾートとは、デジタル技術を活用し、これからの人々のニーズ(学びや現地での本物体験への追求等)を満たすサービス提供により、地域への誘客拡大、滞在長期化や消費促進、及びそれによる地域の各主体(住民、行政組織や事業者、地域環境・文化等)の持続的な価値獲得や創出を目指す取り組みです。

経済産業省は令和元年度にスマートリゾートの推進に取り組むために調査事業(「令和元年度ローカルクールジャパン推進事業(消費促進環境整備調査等事業)」)を実施、国内外の先進事例の調査およびモデル地域でのスマートリゾート戦略策定に取り組みました。事業において当財団はその業務受託機関として1年間、国内外の先進事例の取り組みを調査しました。

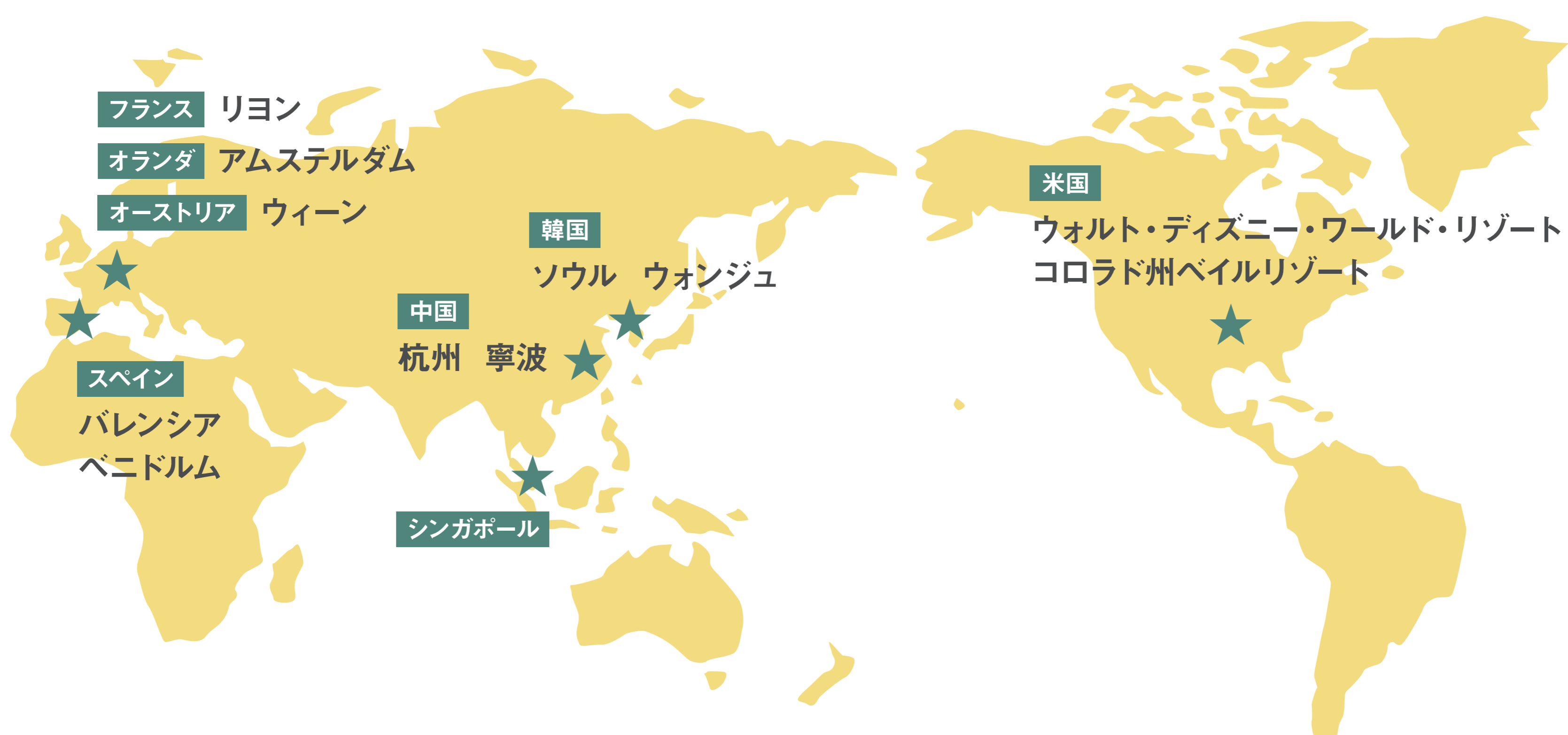
今回のギャラリー展示では、スマートリゾートに取り組む海外の事例をご紹介します。

事業の概要

実施官庁 経済産業省商務・サービスグループクールジャパン政策課

事業期間 令和元年度(2019年度)

スマートリゾートの海外先進地調査対象地域



Smart Resort

事例

回転するデジタル案内標識（フランス・リヨン）

フランスのリヨン市内の一部エリアでは、回転するデジタル案内標識が各所に設置されています。標識は矢印の形をしており、示す先にある観光施設までの交通手段と所要時間や、付近で開催されているイベント情報などを表示しています。標識は360度回転し、矢印の向きに伴って、表示される内容も変化します。

表示する情報はネットワーク経由でリモートで更新することができます。また、将来的にはオープンデータの活用を拡大し、例えば付近のシェアサイクルの空き情報や、最寄り駅の電車の運行状況をリアルタイムで提供することが期待されます。

<https://www.igirouette.com/case-study/lyon-city-center-a-test-site-for-igirouette-and-smart-city-uses-2/>



事例

卵焼きロボット（シンガポール Studio M Hotel）

シンガポールのStudio M Hotelでは、朝食会場に目玉焼きやオムレツを調理してくれるロボットを設置しています。

例えば目玉焼きを注文するボタンを押すと、卵をフライパンに割入れ、殻を捨て、フライ返しで形を整え、皿にのせて宿泊客に提供します。

ホテル業界の人手不足が深刻なシンガポールでは、このようにロボットや機械を駆使した様々なサービスを提供することで、省人化を図っています。ロボットによるサービスは、スタッフが接客などの業務に時間を割けるようになるだけでなく、これまでにない新しい体験を宿泊客にもたらすことで、集客効果やホテルのブランドイメージ向上が期待できます。



事例

スマートリフト券（米国・ベイルリゾート）

米国コロラド州にあるスキーリゾート「ベイルリゾート」のリフト券には、RFID（Radio Frequency Identification）が内蔵されています。リフト券はポケットに入れたままスキャンすることが可能なため、利用者がスムーズに入場できるだけでなく、運営側は利用者がリフトのゲートを通るたびに移動データを取得することができます。

また、リフト券に記載しているバーコードを読み取ることで、アプリと連動させることが可能です。例えば、利用したリフトの情報から、その日滑った距離や標高差などがリアルタイムでアプリ内に保存されていきます。さらに家族や友人の情報をアプリで確認することも可能です。

また、ゲレンデの各所に立っている専属のカメラマンに写真をお願いすると、撮影後にリフト券がスキャンされ、アプリに画像が送られてきます。



Smart Resort

事例

チケット販売のAPI化（オランダ・ゴッホ美術館）

アムステルダムの人気観光スポットであるゴッホ美術館では、施設のキャパシティを超える多くの旅行者が押し寄せ、長いときは3時間から4時間の行列ができていました。そこで、2018年からチケット販売システムの改革をし、時間制チケットの導入と販売システムのAPI化を行いました。

まずは、時間ごとの適切なチケット販売数を割り出すため、大学との共同プロジェクトにより、個人の平均滞在時間・クロークの空き具合・スタッフの配置・その日の天気など様々な要因を考慮した分析システムを構築しました。そして、その推定結果に基づき、15分ごとのチケット販売数を毎日決定しています。

また、OTAへのチケット販売方法も大きく変えました。従来OTAへ販売していたバウチャーは、入館の日付や時間を指定できないため、いつ来館するかコントロールできないことが課題でした。そこで、バウチャーを廃止し、代わりに美術館の公式販売システムをAPI化しOTAに提供することで、全ての入場者を美術館がコントロールできるようにしました。

その結果混雑の時間帯が平準化し、行列は解消され、入場者の体験は大きく改善されました。



<http://www.amsterdamblog.co.uk/things-to-do/sightseeing/museums/how-to-avoid-the-queues-at-the-van-gogh-museum/>

事例

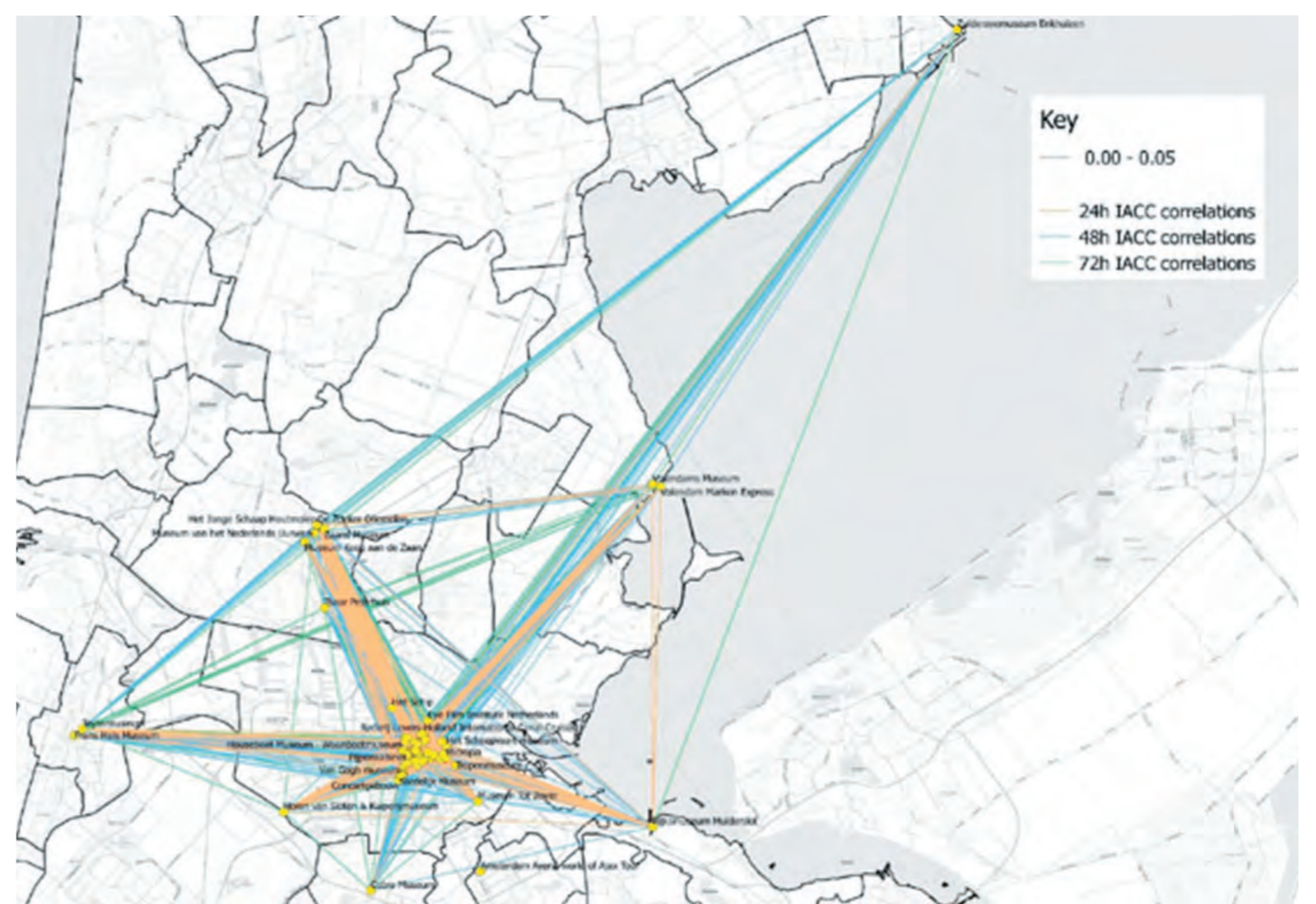
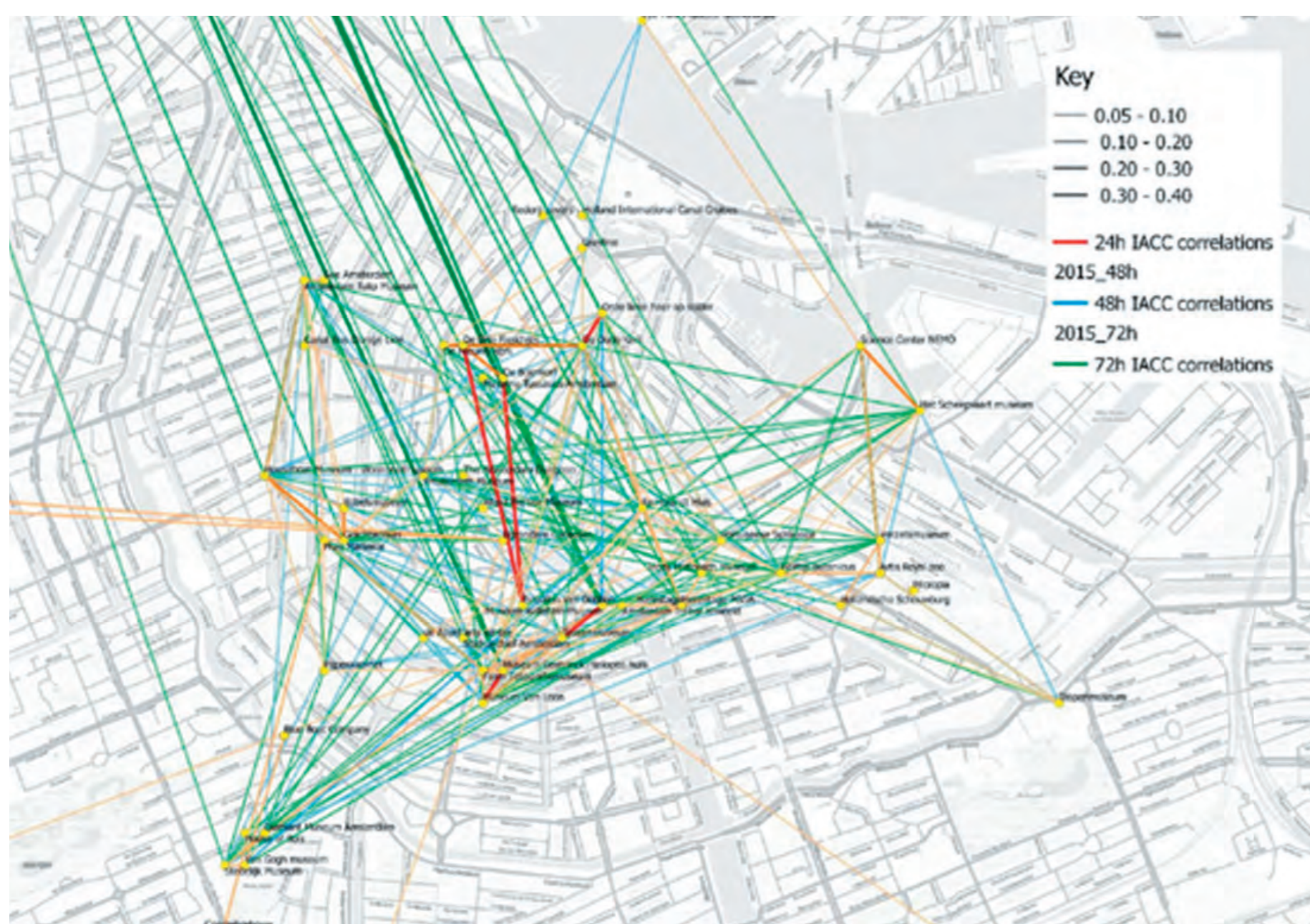
シティカードによる旅行者行動データの取得（オランダ・アムステルダム）

アムステルダムのシティカードは、市内にある大小さまざまな美術館の入場や交通機関の利用などができる旅行者向けのパスで、1日券から5日券までが提供されています。現在、アムステルダムのほとんどの美術館がシティカードの提携先となっています。

シティカードの売り上げは、美術館や交通事業者等に配分されるほか、一部はファンドに回され、全体のプロモーション費用に充てられています。

このシティカードには、RFIDが内蔵されており、旅行者の回遊データの収集に活用されています。近年、過剰な旅行者の来訪によるオーバーツーリズムに悩まされているアムステルダムでは、シティカードの分析から明らかになった旅行者の行動パターンを元に、似た傾向にある複数の美術館について相乗効果を狙ったプロモーションを行い、小規模美術館にも人を呼び込むよう工夫しています。

また、中心部だけが混雑する状況避けるため、シティカードで入館することのできる美術館のエリアを郊外にまで広げるなどの工夫をしています。



Smart Resort

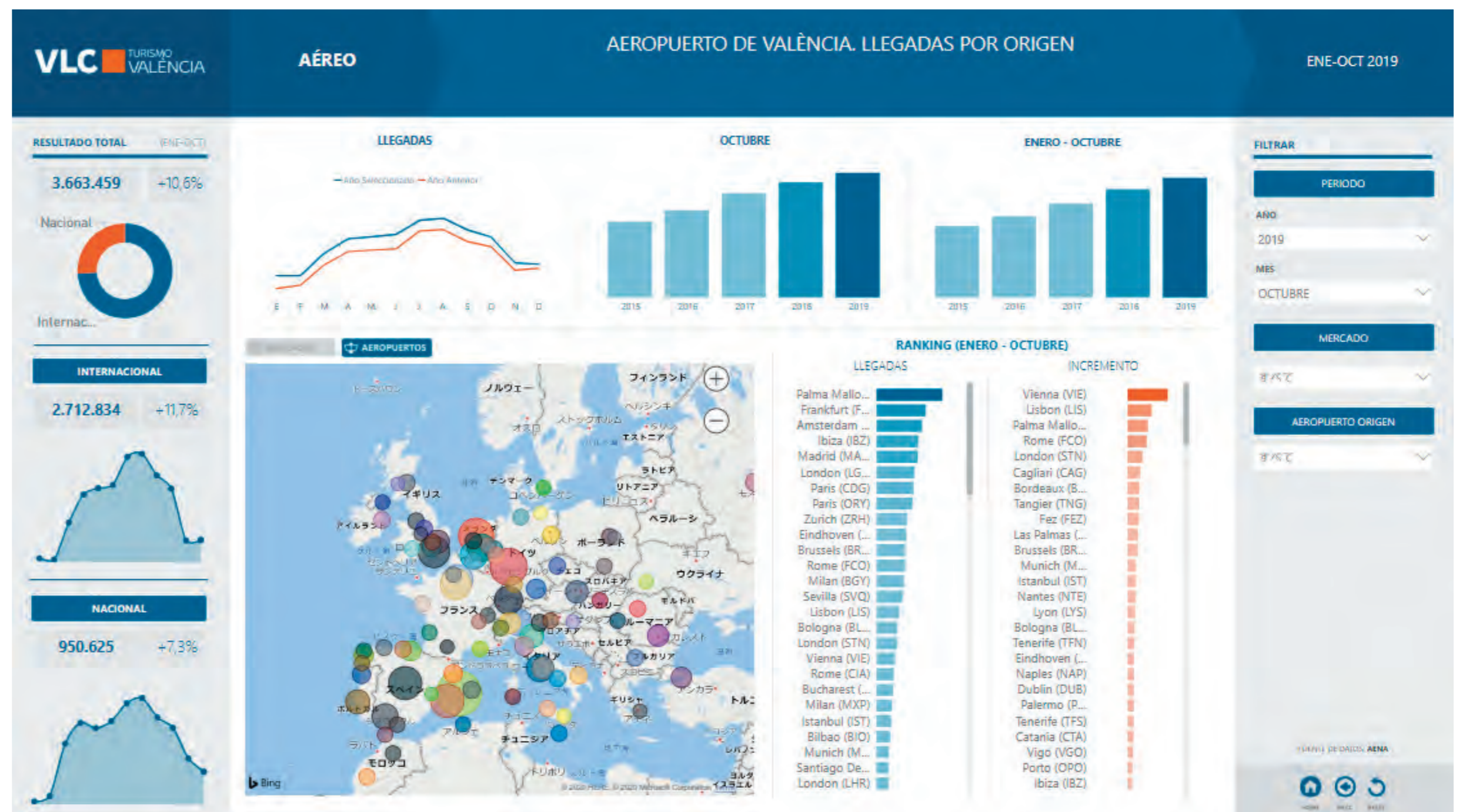
事例

事業者が直感的に使えるプラットフォームの構築（スペイン・バレンシア）

スペインのDMOである「Turismo Valencia」は2019年に地域の中小事業者向けに直感的で簡単に使えるデータプラットフォーム「Tourist Intelligence System (SIT)」を構築しました。

以前は蓄積されていたデータはExcelで保存されており、Turismo Valencia内でのみ活用されていました。地域の観光関連事業者もデータ利用を希望していましたが、分析できるスタッフが各社にいないことから、Excelで提供しても活用がうまくされなかったという背景からSITを構築しました。

SITに蓄積されているデータは観光客の需要、航空情報、宿泊施設データ等があり、データプラットフォームはBI(ビジネスインテリジェンス)ソフトウェアを用いてビジュアル化して提供しています。さらに、今後は旅行者の行動データの収集・蓄積を行うための実証実験を行い、アップデートしていく予定とのことです。



事例

データに基づく施策の立案・実施、予算の獲得（スペイン・ベニドルム）

スペインのバレンシア州のビーチリゾートであるベニドルムという街では、DMO「Visit Benidorm」が主体となってスマートツーリズムに取り組んでいます。同DMOはスタッフ数も少なく、予算も限られているため、「何が課題か」を明確に意識し、課題をどのように解決するかという視点でデータ収集・分析機能を開発してきました。

たとえば、街中にはイタリア語を話す旅行者がいるのに対し、公式の統計にはイタリア人が宿泊していることが数値として見えてこなかったことから、民泊のデータを収集できるソフトウェアを導入したところ、イタリア人が民泊を利用してベニドルムに滞在していることが明らかになり、イタリア人旅行者向けのプロモーション予算を確保するための根拠材料として活用されました。

それ以外にも航空座席データから、今後の空席状況を旅行代理店と共有し、誘客を図るなど、データに基づいた様々な施策の実施にも取り組んでいます。

またデータ分析の結果は毎月地域の事業者に対してレポートとして共有しているほか、ホームページでもKPIや各種データを公開しています。DMOだけが知識をつけるのではなく、事業者もデータを活用して、地域全体の底上げが必要という認識で取り組んでいます。

