＜近畿＞

彦根観光センター

初めて日本に来られた台湾の添乗員さんが、当市の観光案内をするにあたって家族と一緒に下見に来られ、観光の流れや食事場所、万が一お客様と逸れた場合の連絡方法など、資料をもとに詳しく説明、案内をさせて頂いた。その後「お陰様で予定通りまわる事が出来、近々こちらのツアーを案内するにあたって自信がついた。でも、日本標記の案内板は台湾語の説明と表現の仕方が違っていて分かりにくかった」という感想を話された事が凄く印象に残った。この意見を参考に文化の違いで視点が全く変わるため、当案内所では色々な立場の観光客の目線に立ち認識を見直し、丁寧な案内を心掛けている。

京都総合観光案内所

インバウンド再開後に向けた取り組みとして、“もうひとつの京都”及び“とっておきの京都”を外国籍の方に紹介している。“もうひとつの京都”は、海の京都、森の京都、お茶の京都、竹の里・乙訓の京都市以外の京都府の 4 つの DMO からなる地域であり、それらについて外国籍の方から聞かれることが多々ある。4 つの DMO の各エリア、特徴、名産品、交通を英語で一つにまとめた資料を作成し、問合せがあればすぐに差し上げることができるように準備している。“とっておきの京都”は京都市の主な観光である嵐山、祇園、東山などだけでなく、市内周辺エリアである京北、大原、高雄、西京、山科、伏見にスポットを当て、隠れた魅力や新たな観光情報を観光客に届けようとするものである。これも外国籍の観光客から聞かれることが度々あったので、特徴、名産品、交通を一つにまとめて英語で資料を作成し、紹介できる準備をしている。

関西ツーリストインフォメーションセンター京都

- 京都ならではの体験モノとして、コロナ前は本物の舞妓さんを安価で観ていただける舞妓ショーの開催や、一見さんお断りで外国籍の方には敷居が高い料亭と契約を結び、当案内所からレストランの予約代行サービスを提供していた。また、旅行代理店が運営している強みを生かし、『観光案内だけでなく交通や宿泊などの予約手配を 1 ヵ所で完結できる多言語対応の観光案内所』を売りに、リピーターに御利用いただいていた。
- (今はコロナウイルスの影響で来日される方はいないが)コロナ前は来日した際は必ず来店され、京都に滞在中は自宅に帰ってくるような感覚で毎日のように立ち寄り、その日に訪れた場所やその日の出来事を教えていただけるヘビーユーザーもいらっしゃった。

阪急ツーリストセンター　大阪梅田

SNS など、ネットを通じて情報が広まる現在、インフルエンサーにチケットを使ってもらい、広めて頂くという事も一つの方法かもしれない。友人などから教えてもらい、「ここに行きたい」と言われる観光客も多いので、人から伝わる情報は大きな影響力があると思われる。

観光交流プラザ　りんくうまち処

コロナ前のリピーターで、ハワイからの訪日旅客がいた。当案内所に初めて来られた時、お勧めの場所をご案内したところ、とても気に入って楽しまれたようで、その後も日本に遊びに来られる際は、当案内所に寄られるようになった。毎回故郷のお土産も下さり、とても陽気でフレンドーなお客様だった。このような経験を通して一人の方に丁寧にご案内することがリピーターを増やすことに繋がっていくのだと感じた。コロナが収まった際には、またそのような訪日客が戻って来られることを期待している。

新梅田シティ 総合インフォメーション

■魅力的な冊子、ガイドマップの無料配布(工夫):大阪観光局発行のガイドブックやマップを無料で差し上げている。その他にも「att.JAPAN」「Good Luck Trip KANSAI 」「EXPLORER MAP」などのカラー冊子を取り寄せ、手に取ってもらいやすいラックづくりをしている。観光ガイドさんがガイドブック目的で何度も訪日旅行者を連れて立ち寄るケースが増えた。

■リピーターの思い出:期間をあけてのリピーターはあまりいないが、1 日のうちに何度もカウンターを訪れるお客様は多い。展望台の行きと帰り、食事の前と後、昼に来てまた夜景を見に来るなど。「素晴らしかった」「あなたのおすすめの店、おいしかった」など感想を聞かせてくれたり、「このあとの予定を一緒に考えて」「あなたにまた会いたくて」と言われたりする。お互いに顔を覚えていると話の続きもスムーズに進められるし、また来てくれたと純粋にこちらもうれしい気持ちになる。

りんくうプレミアム・アウトレット インフォメーションセンター

当インフォメーションでは施設を巡回する業務を行っている。スタッフが一日一人あたり 20 分前後で施設を回り、自らお困りのお客様にお声掛けをし、案内をする。3 月 10 日に巡回中のスタッフが、何かお探しの様子だった外国籍のお客様に気付き、お声掛け。話を伺うと英語マップをお探しだったため、その場でお渡し。お客様はとても喜ばれ、色々話をしてくださった。アメリカテキサス州出身で現在日本在住、旅行で来られたとのことだった。最後にスタッフが「お買物をお楽しみ下さいませ」と伝え、お客様をお見送りした。すると、当日中に別件でお客様がインフォメーションにも来場くださった。外国籍のお客様が相手でも、日本人のお客様が相手でも、スタッフが話しやすく柔らかい姿勢であることを心掛けている。いつでも気軽にインフォメーションに問合せ出来るイメージを与え、再来場に繋ぐ。

神戸市総合インフォメーションセンター

コロナ禍以前は香港の女性が何度も来所されていた。お花が好きなようで、その時期にお花のきれいな場所やイベントを中心に案内すると、次回からはそれに予定を合わせて来所されるようになった。定期開催されているイベントをホームページなどで事前にお知らせするのは有効だ。

山陽自動車道 三木サービスエリア 上り線インフォメーション

現在、国内のお客様にとってサービスエリアは、目的地までの休憩場所から目的地として訪れる場所へと変化している。訪日旅行者の多くにとっては、前者(休憩場所)に該当すると考えられるが、インフォメーションコーナーでは、無料ティーサービスコーナー、外国語のガイドやマップ、日本の四季を感じて頂ける手作りの飾りつけなどをご用意し、少しの時間ではあるが、長旅の疲れを癒していただき、満足して頂ける環境づくりに取り組んでいる。

丹波篠山観光ステーション

■インバウンド再開後に取り組んでみたいこと

インバウンド再開後は、在住外国籍の方の家族旅行や、訪日客の個人旅行の増加が見込まれる。また、2025 年大阪万博での来日も期待できる。その時、何を提供出来るか？を考え準備しなければならない。テーマとしては「思い出に残るお土産」。物質的なお土産も大切であるが、丹波篠山ならではの、ここでしかできない体験をしてその思い出をお土産にして頂き、SNS での拡散や土産話での情報拡散をして頂くことにより、認知度や来たいという思いを駆り立てられる効果も期待できる。例えば、篠山城跡での甲冑体験や時代着物試着、浴衣や着物で街中を散策するなど。また、丹波篠山市の焼き物「丹波焼」は日本六古窯の一つであり、日本を代表す

る焼き物の郷である。そこでは初心者から楽しんで頂ける陶芸体験ができる。このような体験が「思い出に残るお土産」となるだけでなくリピーター獲得・情報拡散・帰国された後のファミリーにも思い出の共有ができ、丹波篠山市の認知、行きたいという行動に繋がると期待でき、その取り組みの準備を始めている。今後も、多角的に広い視野をもち、引き続き取り組んでいく。また、新規案件として英語に対する垣根を低くするため、また万博に向けてインバウンド対応に安心して頂くため、商工会や商店街の方々を対象に初心者向けのインバウンド英語研修の開講や VoiceTra のインストール、活用方法も広めたく、この案件実現に向けて動いて行きたい。

■訪日旅行者のリピーター獲得に繋がる工夫について

①SNS・ホームページでの情報発信:SNS での情報発信。ホームページで観光名所、店舗、イベントなど英語で案内

②インバウンド向けの宿泊、食事などの案内資料作成:リストアップ・内容確認・英語表記

③まちのコンシェルジュ:大阪万博に向けてガイドのスキル強化。コンシェルジュの出身各国(英・米・仏・中)の国民性や視点などの聴き取りによる情報収集

④ローカルガイド育成・フォローアップ:2 期生まで養成済。来期は少し間隔を開けてフォローアップ・実践を実施。

その他、観光地より関係地として認識してもらえるよう、過去のモニターツアー参加者などのメールフォローアップを促進。現在は在住外国籍の方であっても、将来的に帰国後、その家族が来日するポテンシャルがある。

城崎温泉観光センター

食事、温泉、宿泊、土産…。多くのホテル・旅館が施設内で全てのニーズを完結できる傾向にある中、城崎温泉では『温泉街を一つの大きな旅館』に見立て、「駅が玄関で道路が廊下、旅館はお部屋で外湯はお風呂。物産店や喫茶店は旅館の売店や喫茶コーナー」というまちづくりを展開し、業種の異なる各施設が街ぐるみでお客様をお迎えしている。『共存共栄』と呼ばれる城崎温泉のまちづくりのスタイルは、外湯を中心としたそぞろ歩きの文化がルーツとなり、京阪神のお客様を中心としたリピーターにつながっている。

奈良市奈良町南観光案内所　『鹿の舟』

■わかりやすい案内

・様々な言語に対応したパンフレットを、市内のみならず県内他市町村からも取り寄せ、配布、案内出来るように努めている。

・個々のニーズに合わせた案内を心がける。宗教、それぞれの国の文化、個人の好みなどによって、旅行者の求めるものは違ってくるため、どのような案内を必要としているかを汲み取り、希望に沿った案内をする。

■気持ちのこもった案内

・一期一会の旅のお手伝いをさせて頂いているという自覚を持ち、気持ちの良い案内を心がける。今や日本の文化とも言える「おもてなし」の心を持って親切・丁寧な案内をすることで、滞在国の入口とも言える案内所で日本の良さを体感していただきたい。

■新型コロナウイルス感染症の流行が収まっても、しばらくはマスクを付ける生活が続くことが予想されるが、お互いの表情が見えづらい中でも、マスクの下は笑顔で、明瞭な案内を心がけたい。

■観光情報の学び直し・準備

新型コロナウイルス流行の収束後を見据え、今は準備期間とし、日本の文化や古都奈良の変わらぬ魅力、新しい魅力を伝えられるよう、歴史や観光スポットを今いちど学び直し、新しい観光のかたちやスポットについてもリサーチを続けている。

はしもと広域観光案内所

訪日リピーターは、訪日回数が増えると、都市部のショッピングや建築物を「見る」から、国や地方の文化を感じる・体験できるといった「本物」に触れることに関心を持っているように思う。着物体験などがよく実施されているが、茶道や書道といった文化体験や、空手、剣道などのスポーツ体験もいいと思う。温泉入浴や日本酒(地酒)、酒蔵見学なども SNS を活用して観光客へ紹介していけたらいいなと思っている。

＜中国＞

三朝温泉観光案内所

三朝温泉の場合は、湯治の歴史が長く、健康のために来られているリピーターが多い温泉地。案内所ではサービス向上がリピーターにつながると思い、満足していただけるように努力している。

大山町観光案内所

■リピーター獲得につながる工夫:大山で体験できるツアーやイベントをまとめた英語 BOOK を作成し、周辺の宿泊施設に配布したことがある。プロカメラマンが撮影した写真をふんだんに使ったビジュアル重視の冊子で、○月に来ればこんな体験が出来るとか、こんな素晴らしい景色に出会えるという形にした。今回体験できなくても、また次の旅行もこの場所を選んでもらうきっかけになればと制作した冊子である。

■インバウンド再開後に取り組んでみたいこと:シーズンおすすめのスポットや、旬の美味しいものなどを 1 枚にまとめたローカルマップを作成したい。案内所でオリジナルの耳寄りな情報が得られたら、次に来た時にも立ち寄ってもらえるのではないだろうか。

出雲市駅観光案内所

■パンフレットコーナーに、一目見てここに行ってみたいと思えるようなポスターや写真の掲示。

■実際にまた来所してくれたわけではないが、出雲を出発した後、富士山登山に挑戦された訪日外国籍の方の方が富士山から当館宛てに葉書を送ってくれた。思わぬサプライズ再会を果たした気持ちになり、スタッフ皆で感動した。

津山観光センター

私は(案内所勤務の)経験が浅く、訪日旅行者のリピーターにまだ出会えてはいない。リピーターになってくださるためには、訪日旅行者だけでなく全てのお客様に繋がる事ではあるが、「良い思い出を提供する」事だと考える。私達が出来る事は限られているが、接客対応として「親切」「笑顔」「的確な情報を得られる安心感」を提供する事が大切。訪日旅行者は特にフォトスポットの案内を求められる事が多いため、季節ごと、場所ごとのフォトスポットのご案内が出来るよう準備しておきたい。

尾道駅観光案内所

欧米圏の 20 代男性がしまなみ海道をサイクリングに来られ、途中の島での宿泊施設の予約を行った。翌年のゴールデンウィークに再度来られて、「今度は日本人の彼女も一緒に連れてきた」と伝えてくれて嬉しかった。また、アジア圏の男性(しまなみ海道サイクリングの案内をしたと思われる方)が来られて、「前回も案内をしてもらった」と伝えてくれた。しまなみ海道のお得なパスも販売しているので、需要回復後はより一層積極的に声かけしていきたい。レンタサイクルのお店はコロナ前より増えている。乗り捨てが出来ないお店がほとんどだが、少しサイクリングをされたいというお客様にとっては選択肢が広がるし、自転車が借りられず諦めたという方が少しでも減るのではと期待している。

広島市観光案内所(紙屋町シャレオ(地下街))

■やっと英語が通じたと来所される方がいる。お客様の意向をしっかり聞き取り、正確なご案内と合わせてプラスの情報を提供出来るよう心掛けている。

■「JAPAN RAIL PASS」をお持ちの方がかなりいらっしゃったので、西条の酒蔵や尾道、岩国など、JR を使いすぐ行ける旅行先を提案すると、「近いから行きやすい」と喜ばれることが多かった。

■原爆ドーム、宮島などのほかにも、まだいろいろな魅力的な場所があることを伝え、まずは延泊の提案を遠回しにさせていただく。日程的に厳しいとのお応えを頂いたら、「ぜひ、また広島に、次回はごゆっくりお越しください」と最高の笑顔でお伝えする。

■リピーターで来広される訪日客は、手頃な価格の宿泊を選ばれているように思う。立派なホテルは贅沢が味わえていいが、リピーターを呼び込むにはリーズナブルな宿泊先もご案内できるよう、準備しておくのが良いと思う。広島のご案内が気に入って頂けたら、「また来ます」と別れ際におっしゃられることが多い。一回だけでは吸収しきれない何かがあるのだろうと思う。

＜四国＞

道の駅 日和佐

欧米からのお遍路様または、歩きながらの観光旅行の方々(バックパッカー)は四国霊場の参拝もされる。その時の納経書を気に入る方が多く(＃1～＃23 までは徳島県内＃24～高知県となる)、途中で辞められる方には「ぜひともまたお越しください」と推奨。「また、来年お待ちしております」と冗談交じりに薦めている。

ゲストハウス若葉屋

「全部見尽くせなくて、それでいいんですよ。また来てね」のひと言を添える。

宇和島市観光情報センター シロシタ

FAM ツアーのヒアリングで、ガイドや店主の人柄、地産地消、SDG s などが大切であることが分かった。協力事業者の方々には、ヒアリングを通して、お店の雰囲気作りや商品のこだわりなども含め、ご理解とご協力をお願いしていきたい。また、ガイドの育成にも努めたい。

JR 松山駅松山市観光案内所

案内所に入って間もなく、オランダからのツアーコンダクターの方から、遍路について尋ねられた。そこで、遍路の詳しい案内や、当案内所で作られている冊子をお渡ししたところ、大変喜ばれ、翌年からも必ず立ち寄ってくれるようになった。

松山観光港ターミナル観光案内所

■コロナの影響で外国籍の観光客がほとんどいらっしゃらなくなり 2 年以上が経過した。時折対応する外国籍の方は日本在住。国内で「インバウンド」という言葉が毎日のように聞かれていたのが嘘のようである。その「インバウンド中」に対応した外国籍の観光客との出来事を記してみる。地方の都市で訪日客のリピーターを獲得することは難しい。旅の一回目は皆、メジャーな観光地を目指すからだ。東京、京都、大阪、金沢、北海道…やはり日本人にとっても有名な都市を目指して訪日してくる。地方はその次だ。そんな中、四国でも外国籍の旅行者向けにたくさんの企画を行った。外国語でのパンフレットや資料の作成、訪日客へ向けた割引、その他、自治体や現地の企業が協力して多くのプロモーションを施してきた。中でも四国遍路は大きなものであった。八十八ヵ所の寺を周るには、四国一周をしなくてはならない。時間も要する。そのため、一回の旅行で終われ

ない方は多かった。休暇を作ってはその続きに訪日してくる訪日客をたくさん対応した。ある日、外国籍の方から 1 本の電話が入った。コンダクターを名乗るオランダの女性からであった。英語での会話であったが、中身はこうだ。「20 人ほどのオランダ人を連れて四国遍路をしたい。ある程度調べてはいるものの、20 人もの人を連れて向かおうとしている寺へは公共交通機関の利用に不安がある」とのことであった。愛媛県内の寺で難所と言われている場所を指していた。バスの便が極端に少なく、乗り継ぐバスまで数時間の待ちがある。何もない道路上のバス停で 20 人もの外国籍の方が待機しなくてはならない。目的地まで歩けば 3 時間半。むろん、四国遍路とは根底が修行だ。歩いてまわるのが当然であるかもしれない。しかし、今は様々な形で遍路が行われている。外国籍の方はオリエンテーションの一環と認識しているかもしれない。我々はスタッフと話し合い、最終的に地元のタクシー会社に連絡、大型タクシーの手配、時間と料金の交渉を行った。グループは無事に目的地の寺まで到着することができ、その後案内所まであいさつに来てくれた。話はそれで終わらなかった。3 ヵ月後、また同じ女性から連絡があり、「再度、20 人ほどのオランダ人を連れて行きたい」との話があった。「前回とても助かった、またあなた方にお願いしたい」とのことで我々は前回と同様の対応をした。そしてまた 6 ヵ月後、同じ女性がやってきた。「あなた達に教えてもらったから、もう自分でできるようになったわ」と笑顔であいさつをされていった。コロナがなかったら、また来てくれていたであろう。

■もう一件、こちらは高齢のオーストラリアの男性の話。松山に旅行に来て、「これは初めての日本であり初めての松山である」とおっしゃった。ある程度の計画はあるものの、ことあるごとに小さな問題が発生し、案内所へ助けを求めにきていた。Wi-Fi の接続、荷物の配送、宿泊先への電話、買い物、小さな困りごとではあったが、初めての日本でわからないことは多かった。その都度、わかりやすく対応し、大変感謝していただいた。それから数週間後、松山市長に一通の手紙が届いたと連絡が入った。先に対応したオーストラリアの男性が帰国し、我々案内所への礼状を市長宛に送って下さっていたのだ。中には「また来たい。また必ずいきます」と記されてあった。我々の案内所は制度としてマージンなどはない。心から、松山(日本)を楽しんでもらいたい。手助けをしてあげたいとの思いでスタッフが協力し合っている。リピーターを作るつもりで行動するのではなく、心からのおもてなしをすることによって、結果リピーターの獲得につながっていると思っているのである。

こうち観光ナビ・ツーリストセンター

■案内所内にメッセージボードを設置し、旅の思い出をメモに沢山書き残していただいている。他の旅行者が参考にしたり、再度来所された時に前回書き残したメモを見てうれしく感じている様子も見られた。ちなみに、メモは無地タイプ、質問は 3 種(高知の人を一言で表すと？/高知でまた来たいと思う所は？/高知へ来てビックリしたことは？) を日英併記で用意している。

■特に高知に初めて旅行される方には、今回時間などの都合で行けなかった場所、また参加できなかった体験などを、「ぜひ再度高知に来て楽しんで！」と、お伝えするようにしている。

■「龍馬パスポート」は、県内関連施設で特典を受けたり、スタンプを収集できたりと楽しく旅ができ、ステージアップもあるシステム。リピーター獲得につながると感じる。基本は日本人メインだが、外国籍の方にも発行できる。

■「ひろめ市場のハロウィンにもう一度参加したい」という外国籍の方がいた。前回余程楽しかった様だが、コロナのため開催中止となっている。

＜九州・沖縄＞

福岡市観光案内所(博多駅総合案内所)

訪日旅行者は日本の「こと・もの体験」をしてアクティビティを楽しむ傾向があるため、インバウンド再開後にはすぐ案内ができるように情報を収集していきたい。再開後に取り組んでみたいことは博多ならではのグッズを

販売したい。福岡市と JR 九州のコラボ商品でインバウンドの方に興味を持って頂けるようなデザインを提案していきたい。

キルンアリタ観光案内所
以前、韓国の女性建築家の方が来所された折、ご案内をしたところ、案内所併設の café よりお礼にと飲み物を頂いたことがあった。他のお客様への対応のため、その方がお出かけになられた後 café のスタッフから頂いていたことを知った。時々来有される旨をお聞きしていたので、次に来所された折、前回来所時のお礼の気持ちで、今度は私より飲み物をさし上げたりしたことがあった。

道の駅 阿蘇
英語とフランス語で阿蘇の情報を定期的に発信している。内容は阿蘇山の季節ごとの景色や田園風景、農耕祭事など多岐にわたる。活きている火山、外輪山に囲まれたカルデラなど、阿蘇の魅力を SNS を通して発信することで、実際にお越し頂きたい、またリピーターになって頂けたらと日々取り組んでいる。

九州自動車道 宮原サービスエリア 上り線インフォメーション
数年前、韓国で日本製品の不買運動が起きるほど、日韓関係が良くなかった頃、九州を旅行中の 40 歳代の夫婦から、おぼろげな日本語で話しかけられた。「韓国には日本が大好きな人はたくさんいます。私たちも日本が大好きだから、何回も来ているのです。早く、前みたいに気兼ねなしに往来が出来るようになったらいいです」と。

大分市観光案内所
旅行で大分市を訪れたお客様は、別府や由布院をはじめとする他の市町村や、大分県外への移動方法を尋ねられることが多い。大分駅前にはバスターミナルがあるが、一部の高速バスは乗車場所が異なるため、地図を使って説明しても正確に伝わらないことがある。スタッフが複数名おり、案内所を離れても問題がない場合は、分かりやすい位置までお客様をお連れする。行動を共にすることで、お客様により安心していただけると考える。また、大分県在住の方からは、英語が通じる医療機関や PCR 検査の陰性証明書発行場所を尋ねられることがある。どちらの場合も隣接する別府市で該当する機関があった。同様のお尋ねがあった場合、スムーズに対応できるよう、詳細を案内所内で使用する共有ノートに書き留めている。どこに尋ねてよいか分からず、観光案内所に尋ねてきたと思われるお客様に寄り添った対応をすることで、信頼感を得られると考える。

宮崎自動車道 霧島サービスエリア 下り線インフォメーション
当所は高速道路のサービスエリア内にあり、高速道路を利用しないと来られない場所のため、訪日旅行者のリピーターを獲得することは難しい課題である。まずは、来られたお客様にこのサービスエリアがある県の名前やサービスエリア名を覚えて頂くことが大切なのではないかと思うので、会話の中で積極的にお伝えしていきたいと思う。

道の駅 許田
(案内所がある別館では)情報発信する場でこれまで収益活動ができなかったが、道路協力団体に認定されたため、これからは催事なども含め、利用者へアプローチ幅が広がるので、リピーター獲得へつなげたい。また、新たに既存のものにプラスしてデジタルサイネージを導入、大型タッチパネル式で多言語化対応が可能なものを設置した。現在は名護市市制 50 周年ということもあり、やんばる地域の道路作りなど、50 年の歩みを案内所にて展示会を行っている。海外の観光客は未だ確認ができていないが、日本人観光客の方々は結構利用者が多いよう

に感じる。これを機に、やんばると呼ばれる 12 市町村の歴史や、周遊施設の観光情報なども含め発信していくので、たくさんの方々が訪れてくれことを期待する。

以上