

# 導入事例

## Case Study

### 情報発信のインフラを Wi-Fi で構築し 沖縄観光に便利なサービスの提供を実現



観光地として人気の高い沖縄県。さらなる観光業の発展を狙い、海外からの観光客誘致を進めています。ただし快適に観光を楽しんでもらうためには、言葉の壁という問題を克服しなければなりません。そこで、Wi-Fi 環境を利用したコールセンターと多言語コンテンツによる観光案内の仕組みを構築。口コミ効果も手伝って、今では外国人観光客の姿も増えてきました。

#### 課題と効果



株式会社 JTB 沖縄  
事業開発課  
プロデューサー  
森 健次 さま

- 課題**
- ・より多くの人々を沖縄に招くためには国内だけでなく、外国からの観光客の誘致が欠かせないものになってきた。だが言葉の壁を解消する有効な手段が見つかっていなかった。
  - ・パンフレットなど既存のツールに加え、観光のさまざまな情報を誰もが手軽に発信できる仕組みが必要だった。
- 効果**
- ・目抜き通りを中心とした Wi-Fi 環境を構築することで、スマートフォンを活用した情報発信など、利便性と効率性が両立した情報提供の基盤構築が可能となった。
  - ・Wi-Fi を利用したテレビ電話で外国語オペレータとの会話が可能となり、外国人観光客の安心感を演出することに成功した。

#### 導入の背景 ●●●●●▶ 海外からの観光客に利便性の高い情報提供システムを

美しいさんご礁や熱帯魚の泳ぐ青い海、独自の歴史と文化など観光地としてさまざまな魅力を持つ沖縄県。「行ってみたい観光地」の上位へ常にランクされる人気スポットであり、2008 年には年間に訪れる人々が 600 万人を突破して、過去最高の記録となりました。

ただ、近年の景気低迷に伴い、その後は伸び悩みが続いているそうです。そこで沖縄県では 2010 年、「ビジットおきなわ計画」を掲げて目標観光客数を 600 万人（前年比+ 5.3%）と設定、そのうち海外からの観光客数を 30 万人としました。

国内観光客のほか、海外からのこの 30 万人受け入れ実現を目指すため、県では「海外への情報発信強化」、「受け入れ態勢の強化」など、さまざまな誘客のための施策を進めています。そうした取り組みの中でも外国人にやさしい観光環境づくりに欠かせないのは、言葉の違いという壁をいかに克服するかです。

「看板が読めない」、「レンタカーが借りられない」などの基本的な事柄の解消に始まり、「自分の目指す店舗がどこにあるのか」「何を売っている店なのか」といった観光地や施設、飲食店などの情報も、外国人観光客にいかに魅力的かつ効率的に提供するかが重要になってきます。

この問題に、JTB 沖縄、インデックス沖縄などからなるコンソーシアムが「Okinawa2Go!」プロジェクトを立ち上げて、ICT の活用を軸に取り組みました。



プロジェクトにより生まれたアプリ。  
Twitter や Flickr との連携機能も手軽にできます。

## 導入の内容 .....▶ 高速な Wi-Fi 環境と、顔の見えるコンタクトセンターで安心感を演出

Okinawa2Go!は2010年10月にスタートしました。まず、外国人観光客に対応できる多言語コンタクトセンターを開設して、行きたいお店などの所在や旅行中に困ったことなどあらゆる問い合わせに応えられる体制を整えました。20名体制で英語、中国語、韓国語の対応が24時間可能ということです（韓国語による対応は午前9時から午前0時まで）。

さらに国内初の画期的な取り組みとして、850カ所以上の観光関連スポット情報（「首里城」などの史跡名所案内や店舗案内など）をコンテンツ化し、日本語を含む4言語に対応したスマートフォンアプリケーションの提供を始めました。行きたい観光施設や飲食店などを検索しての情報閲覧や、GPS機能を使って現在地から目的地までのナビゲートも可能です。那覇空港の国際線ターミナルには、このアプリがインストールされたスマートフォン85台が用意されており、観光客はここから無償で貸し出しを受けて情報を入手できます。

こうしたICT活用インフラ構築の注目すべき独自性は、那覇の国際通りを中心に無料のWi-Fi環境を構築し、各種のサービスを快適に受けるための環境づくりを行っていることです。

「現在、約400カ所にWi-Fiスポットを設置し、観光客への情報提供をより確実で手軽なものにしています」と語るのは、プロジェクト事務局の事務局長で株式会社JTB沖縄事業開発課プロデューサーである森健次さまです。

「Wi-Fiスポットが設置された観光スポットや土産物店などには、目印の幟（のぼり）が立っています。これにより観光客はそこで足を止めてアクセスしますが、同時にその店舗にも目が向き、入店に結びつきます。また外国人観光客がスマートフォンを持って日本に来たときも、このWi-Fiスポットを使えば国

際ローミングすることなく格安で情報検索ができるという利便性が評判を呼んでいます」（森さま）

各店舗には同じくスマートフォン計200台が貸与されており、それぞれがWi-Fiを使って店舗の情報発信などに活用しているそうです。

実際にWi-Fiスポットを設置し、店舗の情報提供に役立っているという「吉浜さんご」さまは、国際通りに店を構える創業53年のさんご専門店です。さんごのアクセサリやオブジェなどを数多くディスプレイし、お客さまには実際の商品を見て選んでいただくというこだわりが品質への自信をうかがわせます。

「日本のさんごはとても品質が良く、高価なものもあります。けれども外国の方にはその高価な理由がはじめは理解できないのです。そんなときにコンタクトセンターに連絡し、さんごの希少性や加工技術の高さなどを母国語で詳しく説明してもらいます。するとああなるほどと納得して購入していただけます」とストアマネージャーの川上豊さまは説明します。また、「高速なWi-Fi回線で母国の友人とテレビ電話をつなぎ、おみやげにどの商品がほしいかを実際に見せながらあれこれ相談できるのも面白い使い方ではないでしょうか」と、利用シーンの広がりも進んでいるといいます。

川上さんにはユニークな使い方があるそうです。それは、来店していただいたお客さまをスマートフォンで写真撮影し、店内に設置してあるWi-Fi対応のカラープリンタですぐにプリントアウトして、おみやげとしてプレゼントしています。特に海外からのお客さまには喜ばれているとのこと。

Wi-Fiスポットの設置後は、このように外国人観光客とのコミュニケーションも増え、集客に役立っているようです。

## 今後の展開 .....▶ 各店舗の利用促進を進めて沖縄物産品のEC事業なども視野に

「今までネット環境がなかったところにもWi-Fiスポットが続々と設置されていますので、各店舗の情報発信もさまざまに変わっていくと思います」と川上さまは公共のインフラとして期待を寄せています。すでにTwitterによる商品入荷状況の発信などを行っていますが、今後はより多角的な展開でさらなる活用を進めていくそうです。「通信インフラが整備された



「吉浜さんご」さまの店内にはタブレット型携帯端末も置かれ、「Okinawa2Go!」のアプリが自由に利用できるようになっています。

ことで、沖縄特産品の海外向けEC事業なども実現に向けて動き出しそうです」（森さま）また沖縄を訪れた外国人観光客が帰国後、みずからのFacebookやTwitter、ブログ

などで口コミ宣伝をすることにより、じわじわと海外での認知度も上がってきているそうです。

「海外からのお客さまに対して、沖縄の観光は名勝などの『資源』も、見せる『仕組み』も、支える『テクノロジー』も、人が持つ『おもてなしの心』もすべてが良いという印象を広げていきたいと考えています」と森さま。

ますます広がるネットワーク環境の活用で、「世界に発信する沖縄」の姿が期待されます。



店舗入り口にはWi-Fiが使える目印のステッカーとともに、外国人観光客に向けた英語のメッセージが掲げられています。

※パンフレット記載内容は2011年5月現在のものです。