

# ビッグデータを活用した 訪日外国人の誘客について



NAVITIME

## 会社名

株式会社ナビタイムジャパン

## 代表者

代表取締役社長 大西 啓介（工学博士）

## 事業内容

ナビゲーションサイト・アプリの運営・開発  
通信カーナビゲーション事業  
経路探索エンジンのライセンス事業  
法人向け経路付地図配信ASP事業  
ビジネスナビタイム事業  
法人向けソリューション事業  
Webメディア事業  
テレマティクス事業  
交通コンサルティング事業  
海外事業

## 社員数

約400名（2016年4月現在）

## 設立

2000年3月

## 会社概要と沿革

会社名	株式会社ナビタイムジャパン
代表者	代表取締役社長 大西 啓介（工学博士）
社員数	約370名（2016年8月現在）
設立	2000年3月

1990年 経路探索エンジンの研究開発

1996年 インターネット商用化スタート

1996年 経路探索エンジンのライセンスビジネスを開始

1998年 世界初の電車、飛行機、クルマ、徒歩等の移動手段に対応したトータルナビゲーションを完成

1999年 i-modeサービス開始

2000年 株式会社ナビタイムジャパン設立

2001年 モバイルコンテンツサービス開始  
携帯電話向けにトータルナビゲーションサービスを提供

2015年 インバウンド向けサービス提供開始

ナビタイムは移動手段ごとに最適化されたサービスを提供しています。



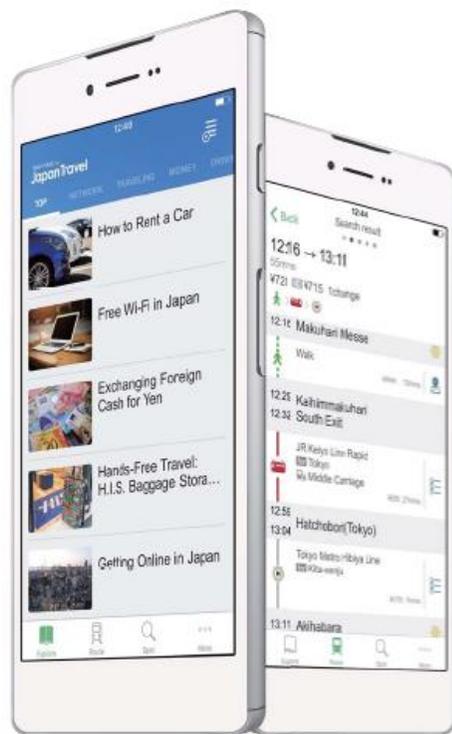
NAVITIMEは世界初のナビゲーション技術「トータルナビ」をコアに、  
利用シーンや移動手段に合わせたサービスを展開しています。



月間利用者数  
約 **3,500**万UU

(2016年9月時点)

## 訪日観光客向けナビゲーションアプリNAVITIME for Japan Travelを提供



NAVITIME for  
**JapanTravel**

月間 **85,000**人以上が  
アプリを利用して日本全国を移動

### 主な提供機能

- Japan Rail Pass（新幹線「のぞみ」等は対象外）  
に対応した乗換検索
- 地点から地点までのトータルナビゲーション
- オフラインスポット検索
- 観光ガイドの提供

対応機種：Android, iPhone

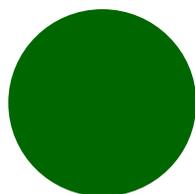
対象言語：英語・中国（繁体字 / 簡体字）・韓国語

アプリ利用料金：無料（※一部有料）

2009年7月

2013年9月

2013年11月



日本在住外国人（ガラケー向け）



ITS世界会議向け（スマホ）



FIT（スマホ）

## アプリ利用者のデータを定期的に取得・蓄積することで訪日客の動態を分析

### 利用者同意画面（初回起動時）

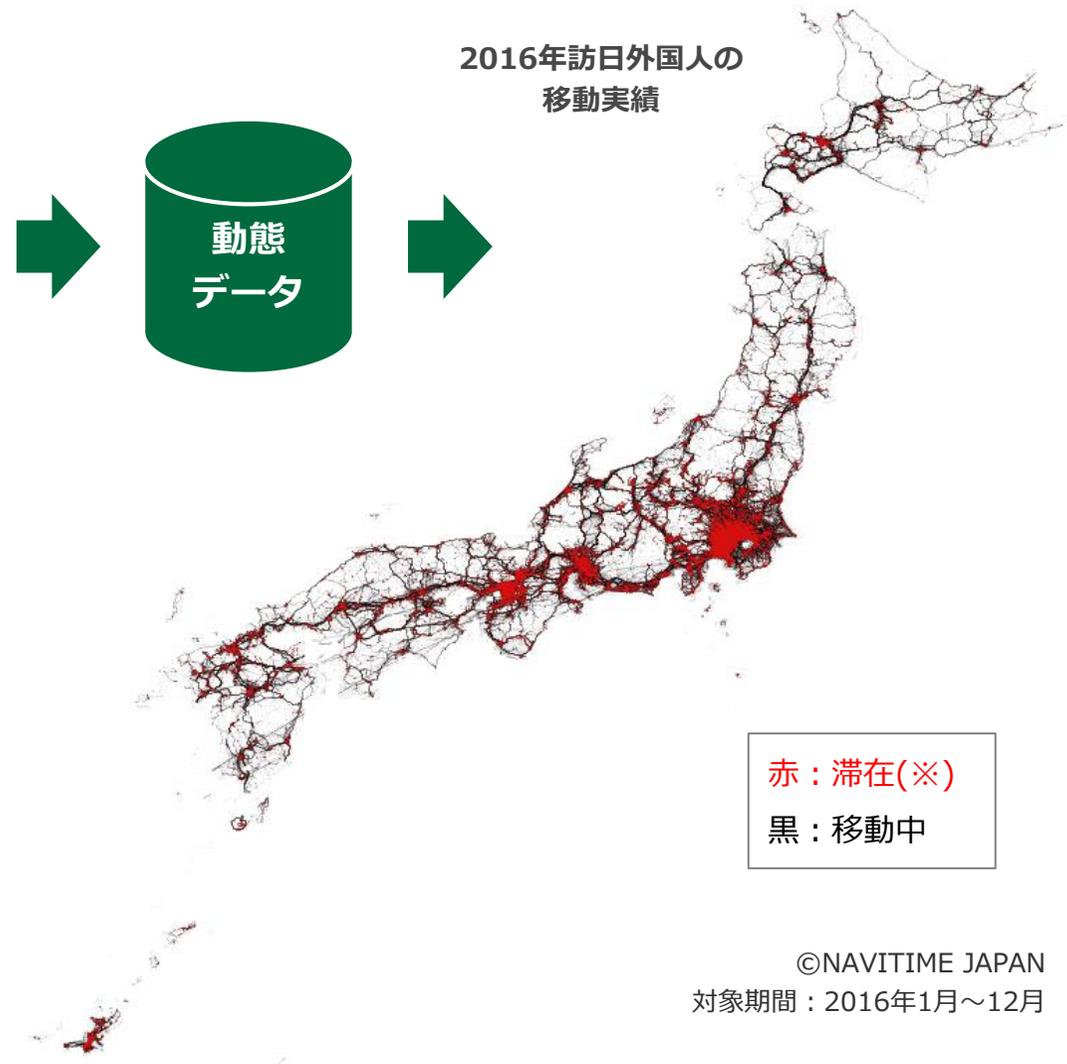


アプリ利用者からデータ取得の同意を得たデータを利用

### 把握可能なユーザ属性※：

国籍・性別・訪日回数・訪日目的

※初回起動時のアンケート回答による



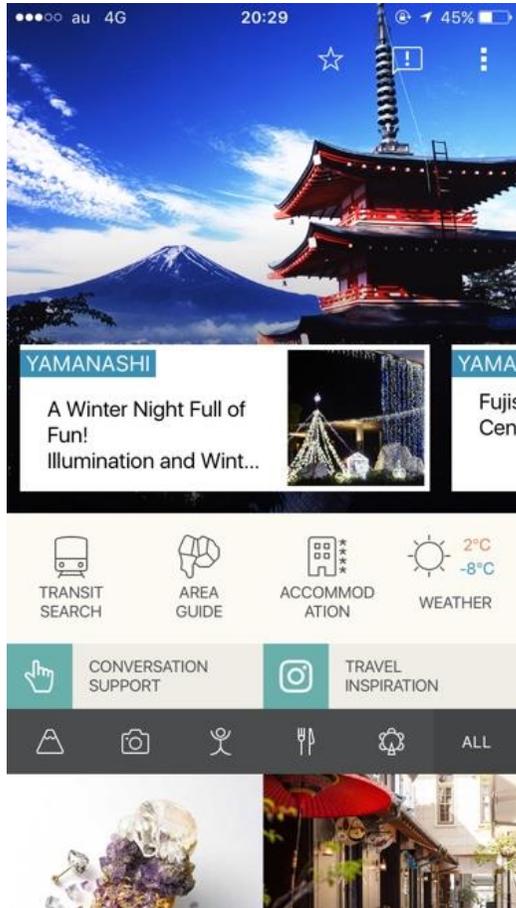
赤：滞在(※)

黒：移動中

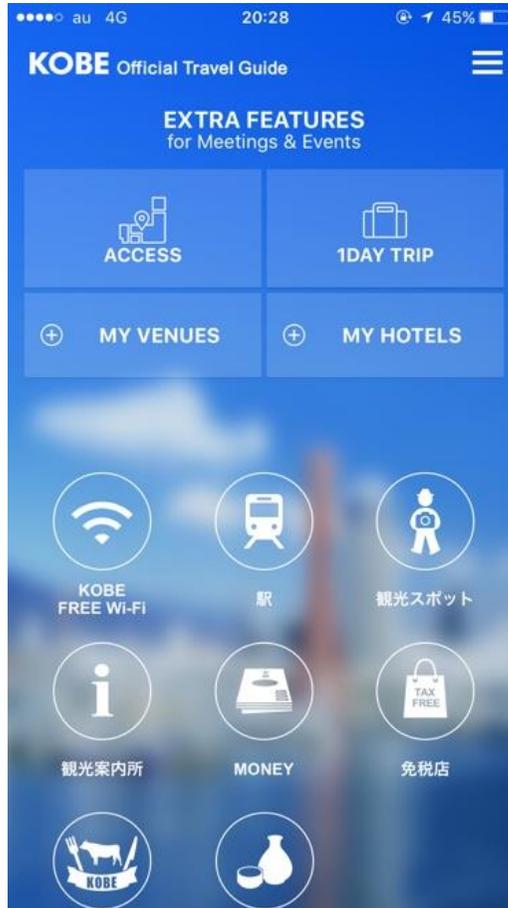
©NAVITIME JAPAN  
対象期間：2016年1月～12月

観光地向けの多言語アプリを自治体と連携して開発するとともに、観光地の分析を実施

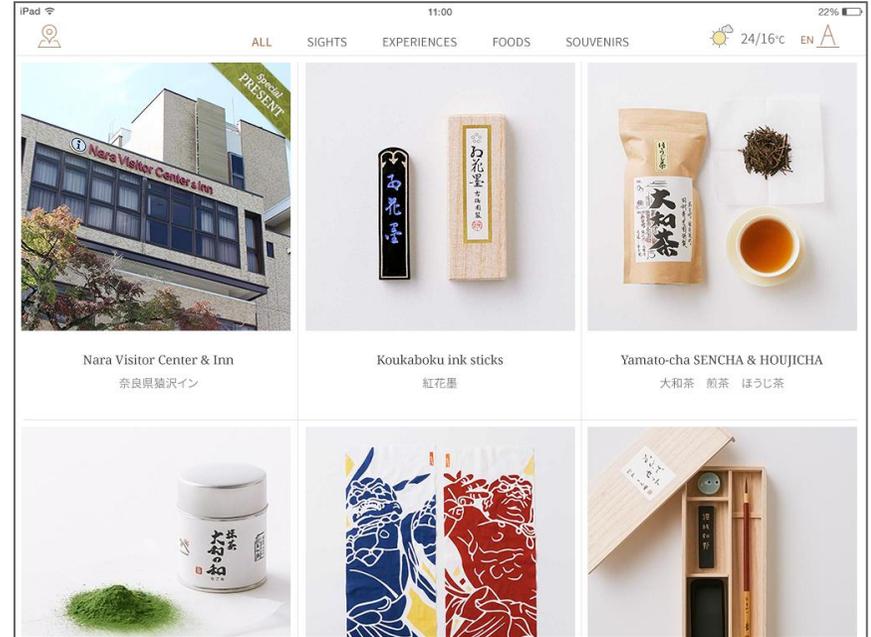
山梨県（7言語）



神戸市（20言語）



奈良県（6言語）



# 奈良県でのモノ・コト消費の拡大を狙う体験カタログ

## 外国人旅行者が奈良での新たな体験を発見

ガイドブックには載っていないローカルな奈良を体験してもらうための、デジタルサイネージです。

奈良を訪れる外国人観光客が求める「手付かずの日本」を誇張しすぎない表現で、ありのままの魅力を発信しています。

The screenshot displays the NARA Experience Guide app interface on an iPad. The main screen features a grid of six items for sale or experience:

- Nara Visitor Center & Inn** (奈良県猫沢イン) - A building with a 'Special PRESENT' banner.
- Koukaboku ink sticks** (紅花墨) - Two ink sticks in wooden packaging.
- Yamato-cha SENCHA & HOJICHA** (大和茶 煎茶 ほうじ茶) - A tea package, loose tea, and a cup of tea.
- A jar of matcha with a pile of green powder.
- A red and blue paper craft.
- A wooden tea box containing tea and a brush.

A detailed view of 'Wisteria trellis of Byakugoji' (白毫寺の藤棚) is shown on the right, including a map, directions, and information:

**Wisteria trellis of Byakugoji**  
白毫寺の藤棚  
000m

[DIRECTIONS TO HERE](#)

Reikame first year ( 715 years ) , the seventh is a prince of Shiki prince after the death of Emperor Tenchi , it is said to begin to have a temple the Sanso trace of prince by imperial prayer of the Emperor .

[READ MORE](#)

**INFORMATION**

392 Byakugōjichō, Nara-shi, Nara-ken  
奈良県奈良市白毫寺町392  
00-000-000  
10:00 - 16:00  
500 yen  
JR奈良駅・近鉄奈良駅から市内循環バスで12分、「高畑町」下車

**NARA Experience Guide**  
日本語、英語、繁体字/簡体字、韓国語、フランス語

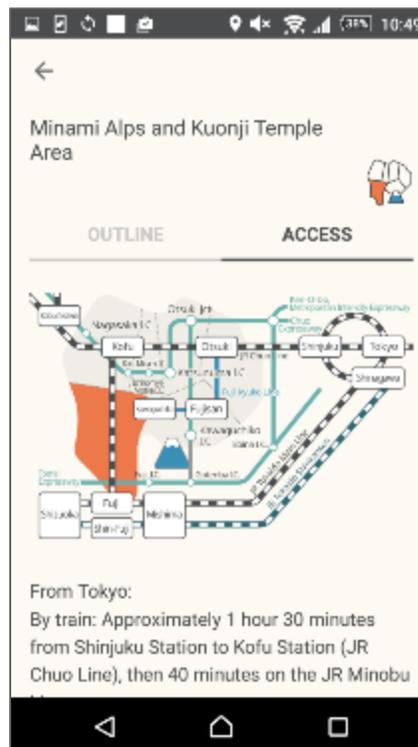
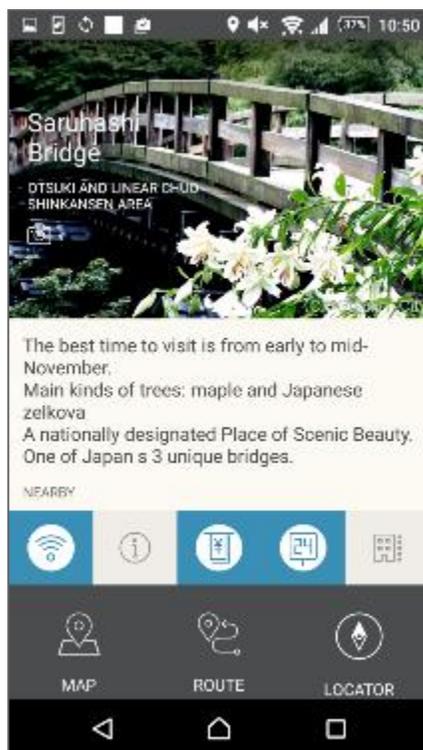
# 富士山を中心とした山梨県での体験を紹介するアプリの開発



**FUJISAN ACTIVITIES**  
 ~Yamanashi Official Guide by NAVITIME~  
 日本語、英語、中国語繁体字/簡体字、  
 韓国語、タイ語、インドネシア語

## 外国人旅行者を誘客し、滞在時間の拡大を図る

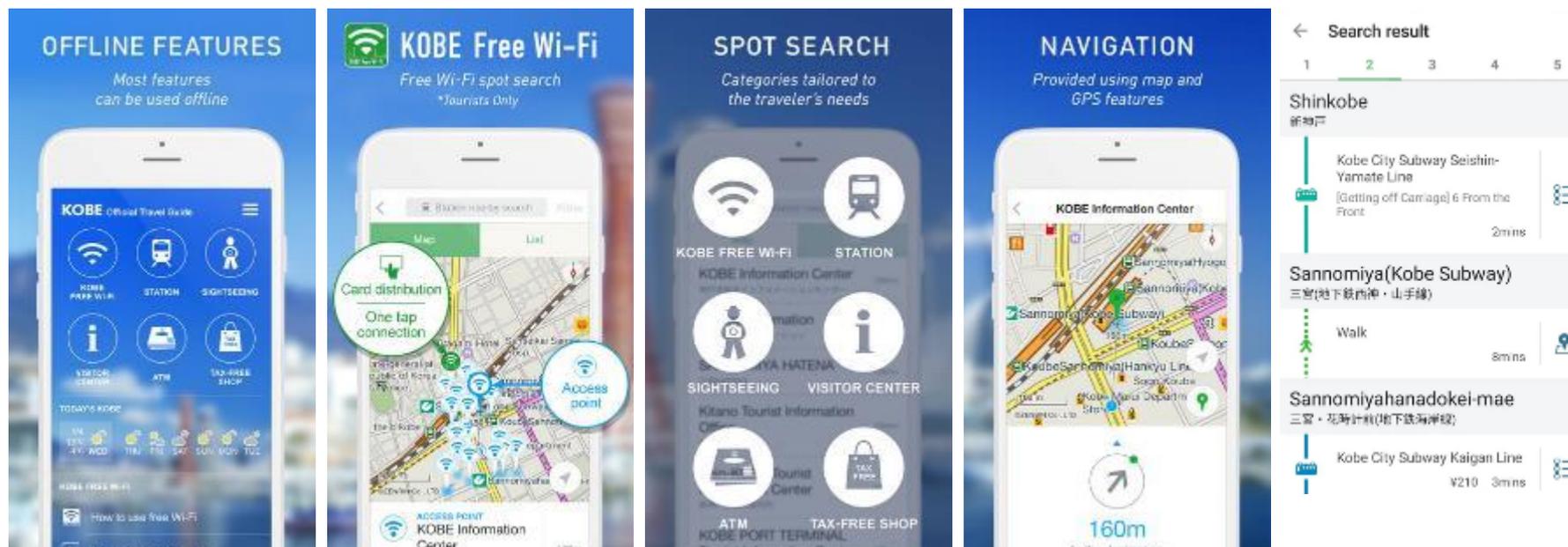
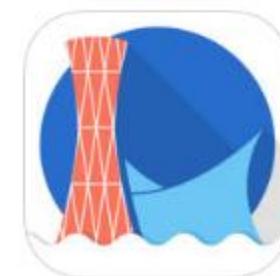
富士山をはじめとした山梨の観光情報、路線図、目的地までのナビゲーション、クーポン情報、「ゆびさしガイド」などを提供しています。常時接続環境でないことが多い外国人観光客のために、ほぼすべての機能をオフラインでも利用できるようしています。



## 観光情報を20言語で配信し、オフラインでナビゲーション

### 神戸観光に必要なデータを全て網羅した持ち運べる観光案内所

神戸市内の観光情報や両替所・免税店・コンビニ・観光案内所・Wi-Fiスポットなどの施設情報に加え、現在開催中のイベント情報などを紹介し、その場所までタクシー・徒歩・バス・電車などの複数の交通機関を利用したナビゲーションで案内を行います。



KOBE Official Travel Guide by NAVITIME [http://feel-kobe.jp/travelguide\\_apps/](http://feel-kobe.jp/travelguide_apps/)

## 外国人観光客向け英語ガイドブックを発行・首都圏で配布

### 在日外国人目線でレイアウトや記事を作成し、外国人が好むストーリー性を付加

広島県には、世界文化遺産の原爆ドームや宮島等の外国人観光客に認知度の高い観光地がある一方で、まだまだ知られていない多くの魅力的な観光資源があり、それらを外国人目線で発掘し、ガイドブックとして編集・提供しています。

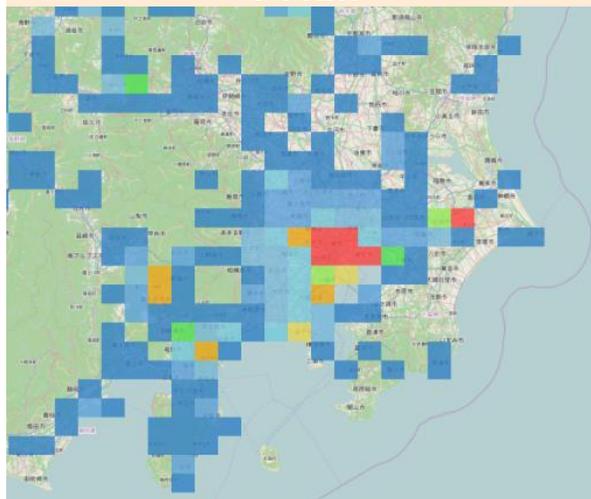
今回の取組では、ナビタイムジャパンの保有する訪日外国人の移動実態データや外国人目線のガイドブック作成ノウハウを活かし、英語圏の訪日外国人の主要なゲートウェイとなっている首都圏においてガイドブックの配布を行うことによって、首都圏から広島県への誘客促進を図ります。





## メッシュ表示

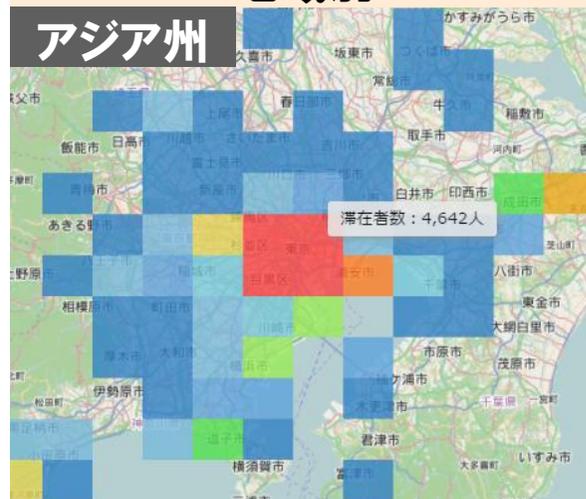
10km



## 国籍別表示

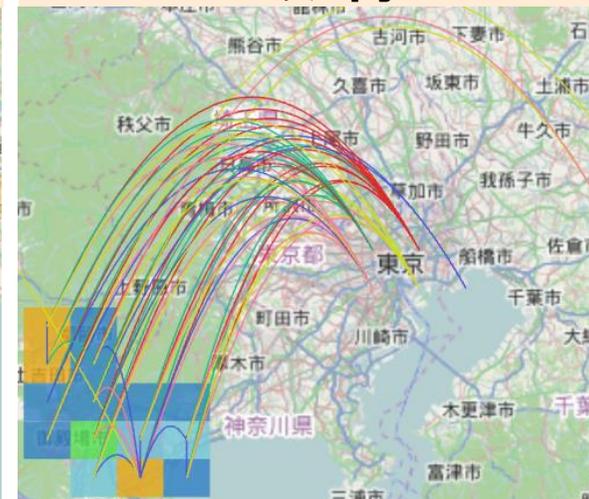
地域別

アジア州

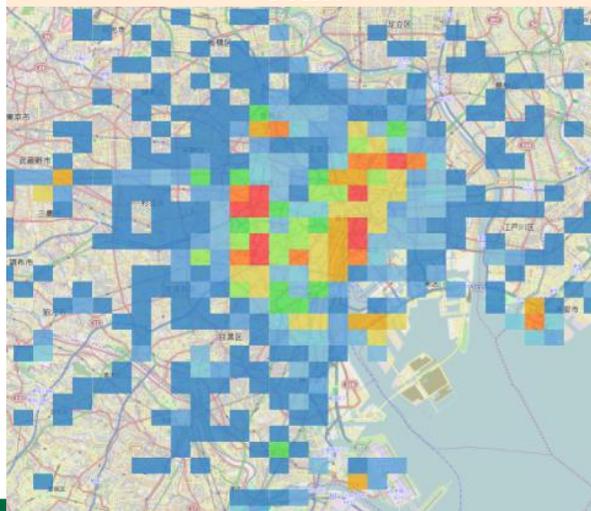


## 2地点間関連表示

エリア内

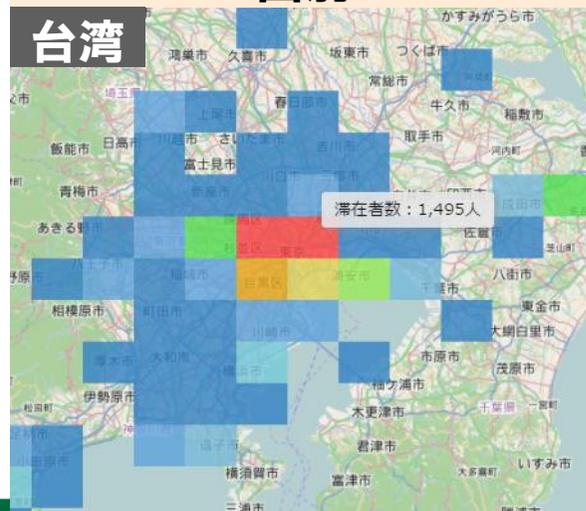


1km



国別

台湾



特定メッシュ基点

河口湖 基点

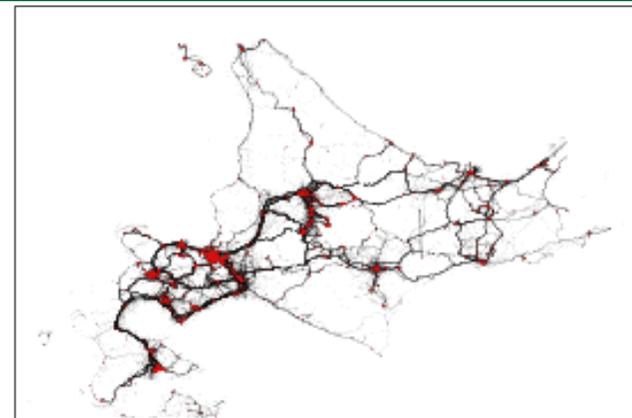
滞在者数：529人

- 321人
- 296人
- 186人
- 127人
- 112人

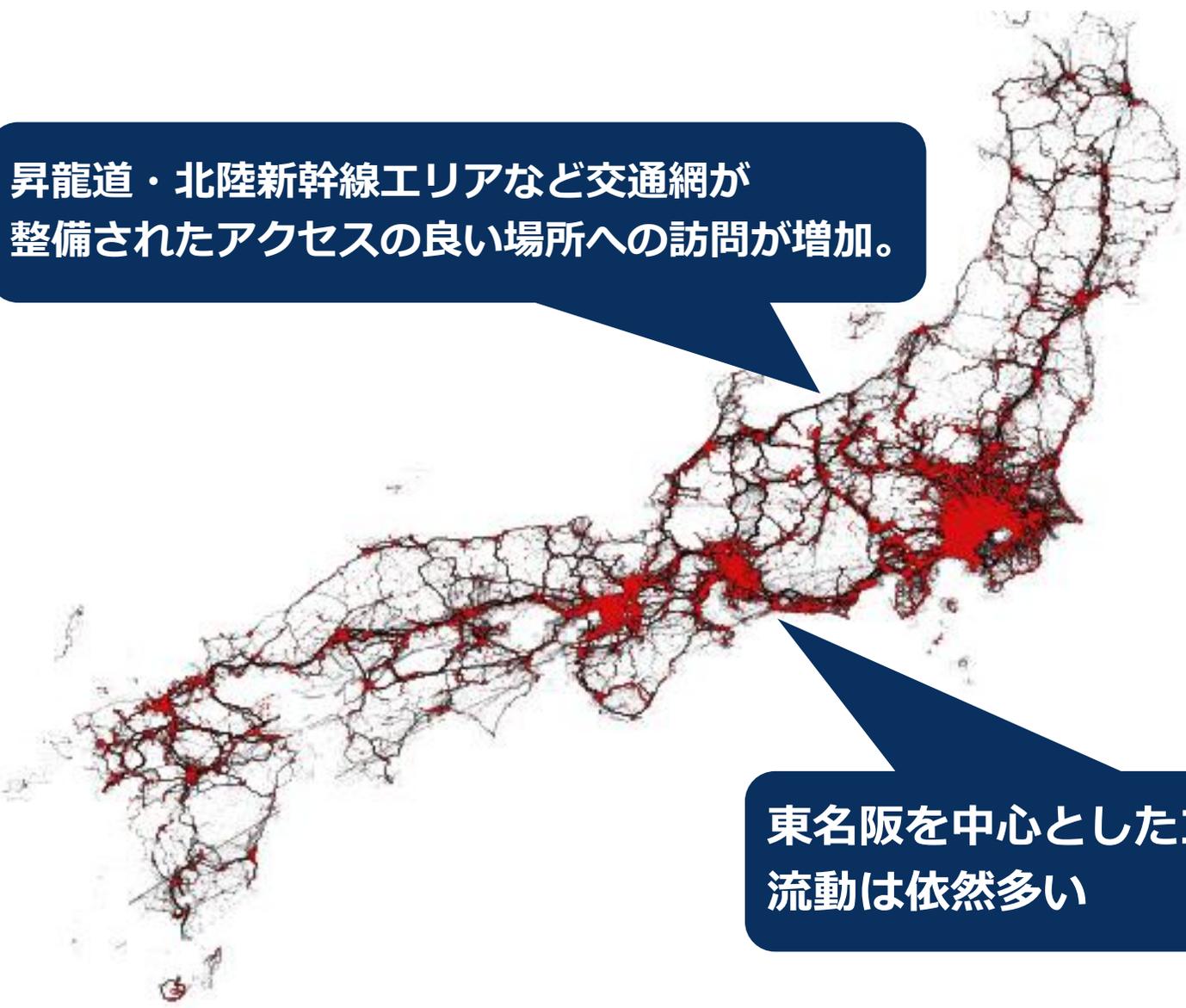
概要

詳細

## ①2016年のインバウンドの振り返り

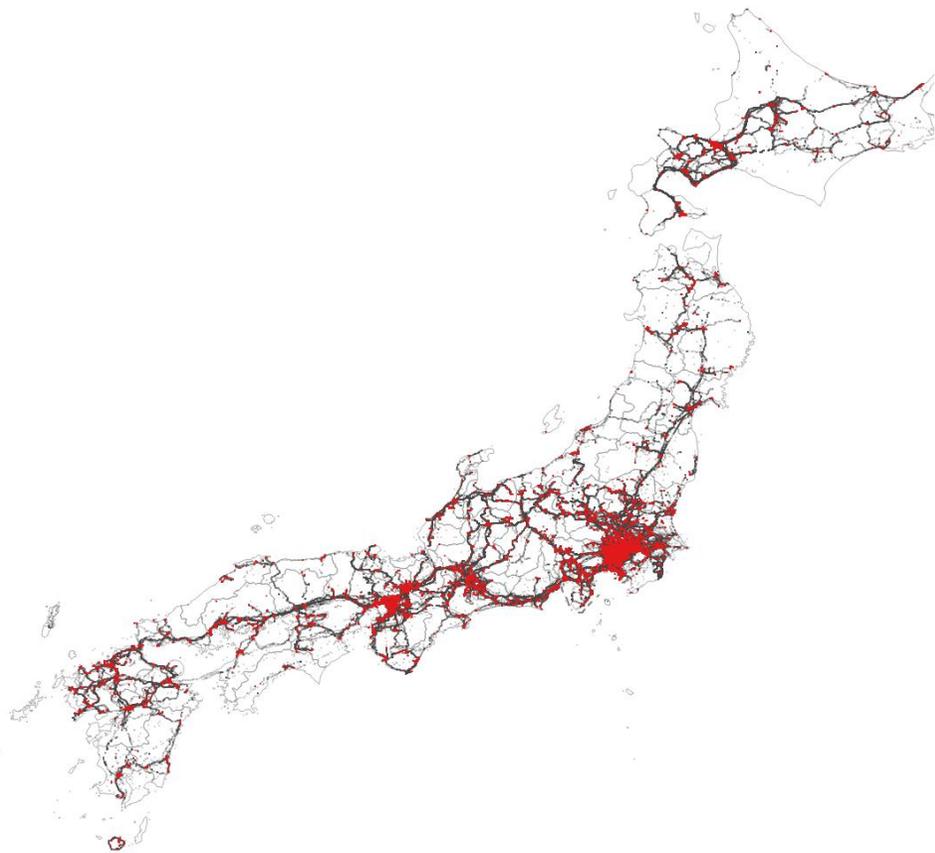


昇龍道・北陸新幹線エリアなど交通網が整備されたアクセスの良い場所への訪問が増加。

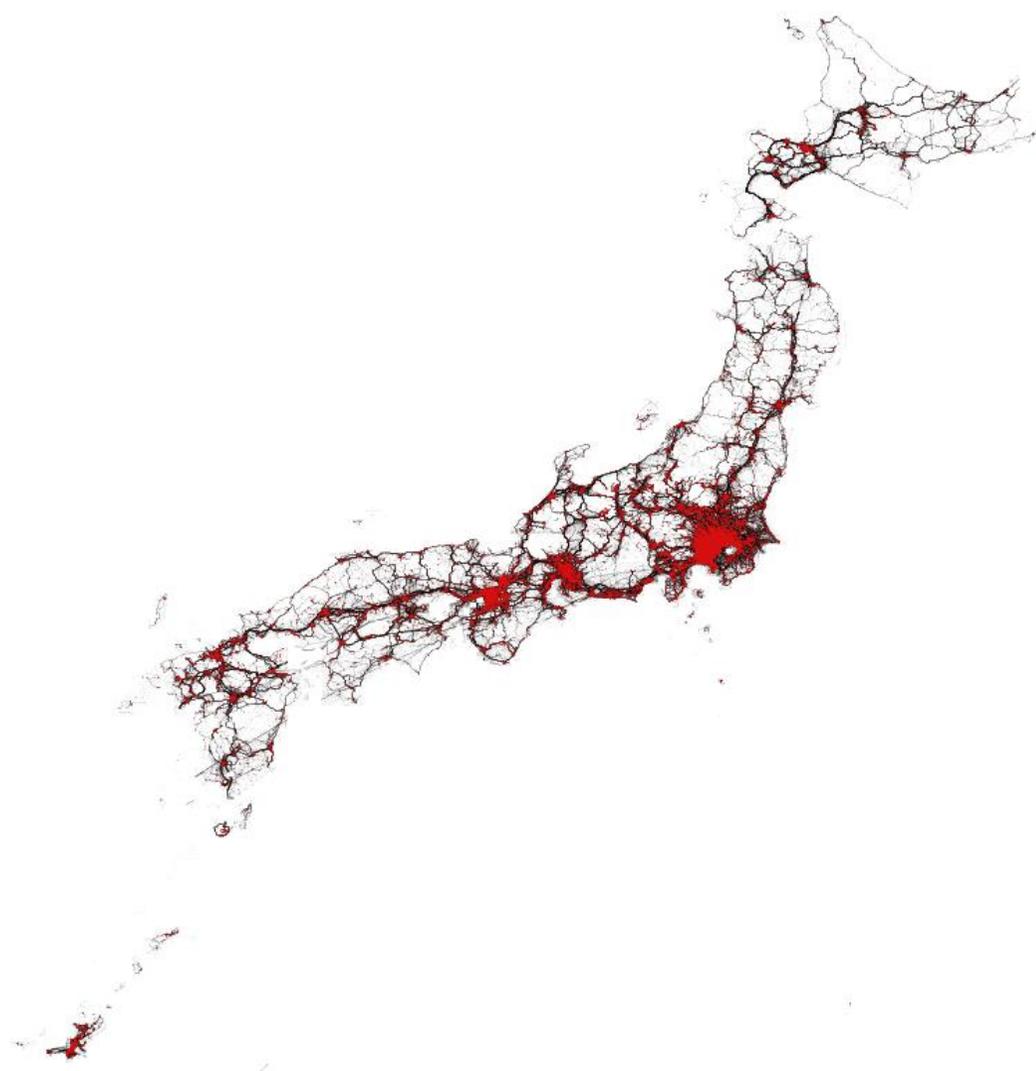


東名阪を中心としたゴールデンルートの流動は依然多い

対象期間：2015年1月～12月



対象期間：2016年1月～12月





- ・ 岩手県内の GPS ログデータ
- ・ 沿岸部(久慈・宮古・陸前高田)
- ・ 花巻、平泉
- ・ 盛岡市/八幡平に旅行者が滞在

### ③都市部への需要集中、隠れた地方の観光魅力

四国に滞在する外国人の体験を全国と比較すると、「自然・景観地観光」「歴史・文化体験」「温泉入浴」「日本酒」「美術館・博物館」を目的とする傾向が高いことが分かる。一方で、「日本食」は低く、郷土料理の体験を求めていることも、傾向から分かる。

訪日目的別 滞在者数

訪日目的	四国 (人)	比率 (%)	全国 (人)	比率 (%)	p値
日本食を食べること	93	13%	17,864	18%	<b>0.0003</b>
繁華街の街歩き	99	14%	15,664	16%	0.1129
自然・景勝地観光	132	18%	13,638	14%	<b>0.0005</b>
ショッピング	36	5%	11,414	11%	<b>0.0166</b>
日本の歴史・伝統文化体験	110	15%	9,596	10%	<b>0.0000</b>
日本の現代文化体験	41	6%	4,318	4%	0.0869
旅館に宿泊	20	3%	3,112	3%	0.5560
四季の体感	23	3%	3,098	3%	0.9426
自然体験ツアー・農漁村体験	22	3%	2,767	3%	0.6918
温泉入浴	25	3%	2,137	2%	<b>0.0166</b>
テーマパーク	7	1%	1,486	1%	0.2369
スキー・スノーボード	3	0%	1,269	1%	<b>0.0380</b>
日本の酒を飲むこと	14	2%	1,050	1%	<b>0.0219</b>
映画・アニメ縁の地を訪問	3	0%	879	1%	0.1742
美術館・博物館	14	2%	730	1%	<b>0.0002</b>
舞台鑑賞	5	1%	366	0%	0.1550
治療・検診	0	0%	266	0%	0.1625
スポーツ観戦	3	0%	245	0%	0.3664
ゴルフ	3	0%	187	0%	0.1625
他・不明・未回答	80	11%	10,115	10%	-
計	<b>733</b>	<b>100%</b>	<b>100,201</b>	<b>100%</b>	-



赤字：四国滞在者を母集団とした割合が全国比統計的有意に高い（有意水準5%）

青字：四国滞在者を母集団とした割合が全国比統計的有意に低い（有意水準5%）

【例：伏見稲荷大社の参道から山頂までの行動傾向の違い】

アジア系（台湾・香港・中国・韓国・ASEAN 各国等）来訪者



駅から本殿にかけてはアジア系の回遊が多い

欧米系（米国・豪州・カナダ・EU 各国等）来訪者



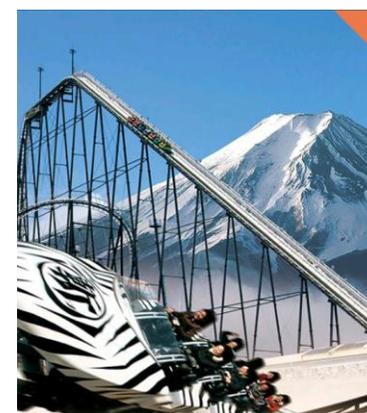
稲荷山まで上り切る回遊は欧米系に多い



山梨アプリで外国人観光客に評価されている観光スポットを分析すると、富士山の風景が写っている観光地が人気となっている傾向が分かる。

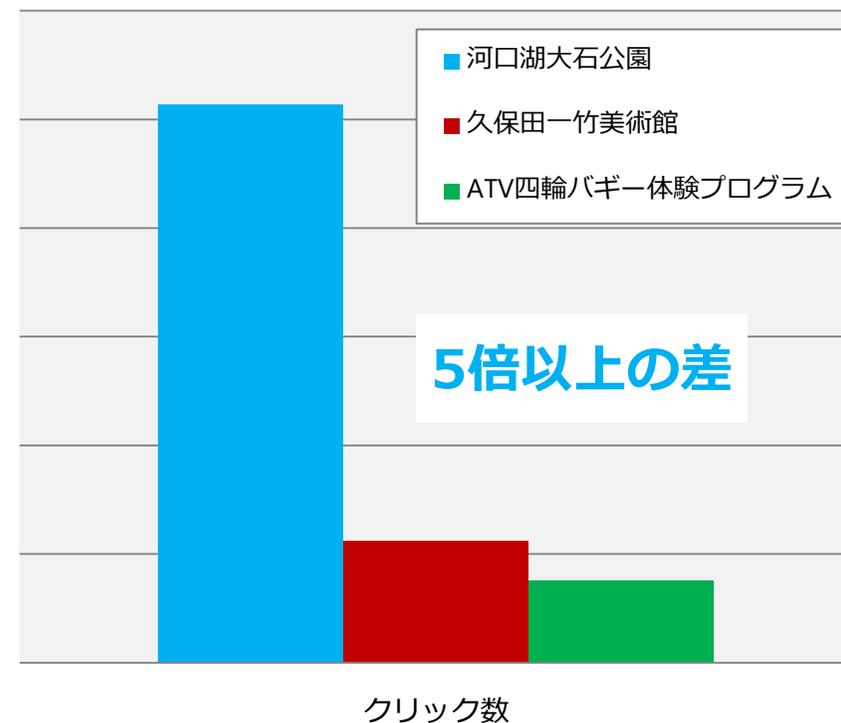
#### 検索ランキングTOP10

順位	スポット名称
1	<b>河口湖大石公園</b>
2	<b>新倉浅間神社・新倉山浅間公園</b>
3	河口湖天上山公園 カチカチ山ロープウェイ
4	<b>河口湖ハーブフェスティバル（八木崎公園）</b>
5	<b>富士芝桜まつり(富士本栖湖リゾート)</b>
6	<b>忍野八海</b>
7	<b>富士急ハイランド</b>
8	天下茶屋
9	甲州夢小路
10	鳴沢氷穴

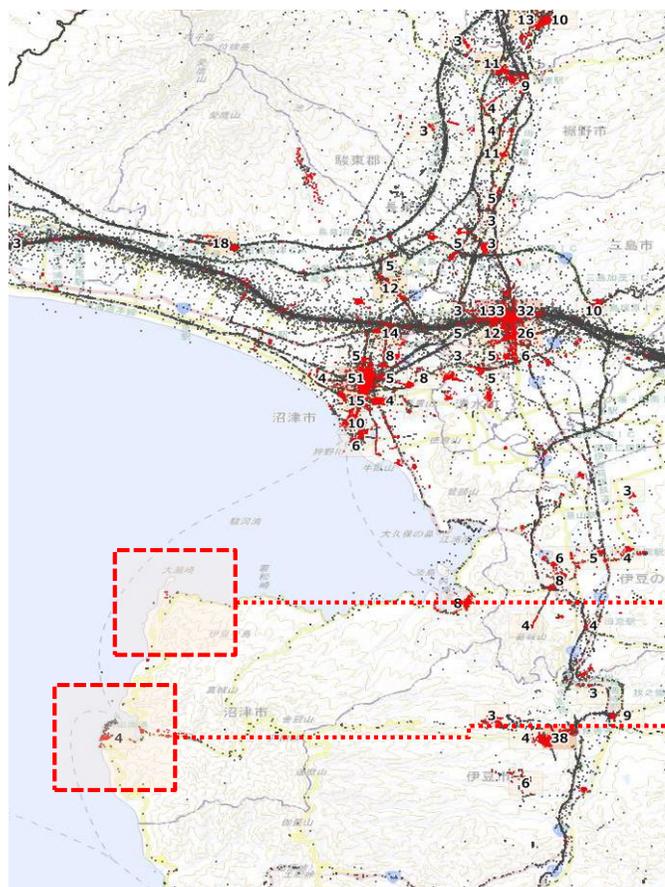


※赤字の施設が富士山が背景に描画

河口湖畔の同じエリア内にある3つの観光スポットにおいても、富士山の風景の有無によって閲覧数に大きな差があることが分かる。



富士山の撮影地が人気となる傾向は静岡県でも同様で、伊豆半島の分析事例においても個人旅行客が周遊している様子が伺えます。



大瀬崎(おおせざき)のビャクシン樹林から見た富士山



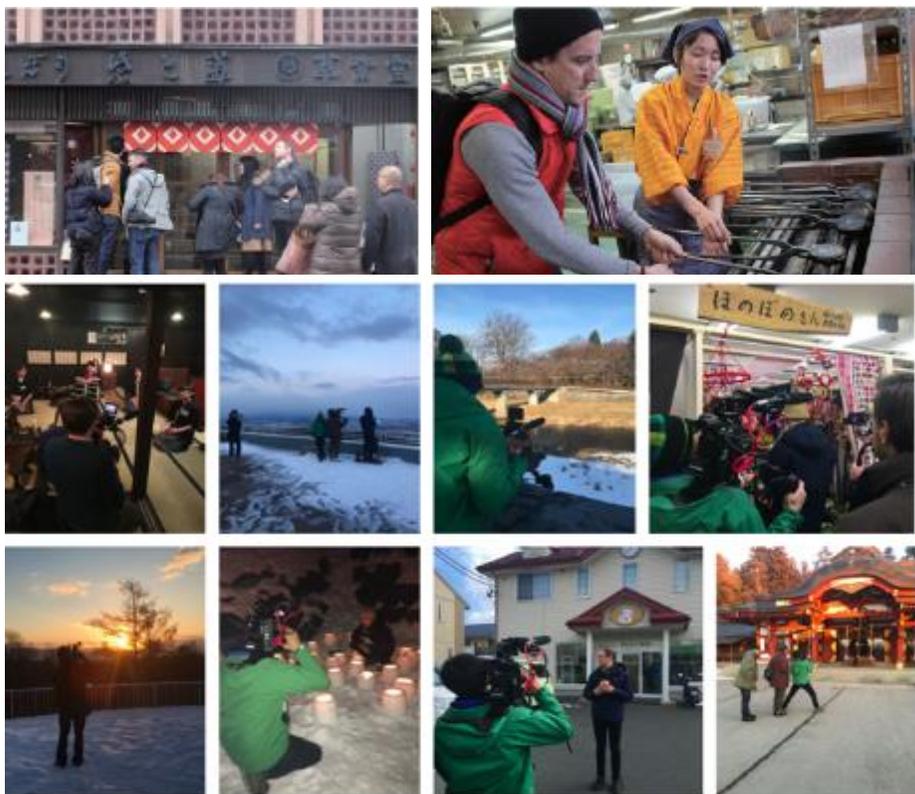
御浜岬(みはまみさき)から見た富士山



## 今後のプロモーション指針となるコンテンツと展開案を提案

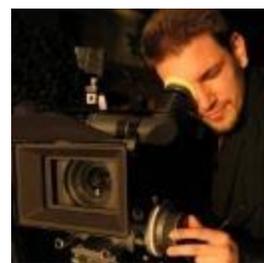
### 現地視察と観光資源の発掘

ワークショップを踏まえ、外国人が求める観光資源について、外国人クリエイターと共に発掘と実際に取材を行い、観光施設ガイドを制作。



### プロモーション動画の撮影

現地視察によって発掘した観光地を巡る旅を外国人クリエイターが作成。映像は海外でのイベントなどPRに利用。



#### 映像監督：Alexandre Bartholo

フランス大統領ジャック・シラク氏の下、コミュニケーション省でキャリアをスタートし、エリザベス宮殿内施設のコンサルティング・制作まで手がけた有名ディレクター。主なクライアントはレイ・ヴィトン、プジョー、レクサスなど多数。



## Refining Ideas



## Presenting Group Work







このムービーはCMとして外に発信するものですが、「盛岡市民を巻き込むため」のツールでもあります。

ムービーを撮影することがゴールではなく、撮影することで必然的に地元の人たちを回ることになります。

このツールを啓蒙活動の一つとして、外国人の受け入れをしてくれる当事者を増やしていく。そのためにもっと、レストランや工芸品を作っている人、農家の人たちと触れ合っていく。

**現在、この動画は盛岡市駅前の大型ビジョンで常時放映されており、盛岡市民に広く配信をしています。**