

令和元年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業 (2020東京オリンピック・パラリンピックへ向けたインバウンド向けサービス開発に係る調査事業)

概要版

株式会社野村総合研究所

2020年3月30日

NRI

Share the Next Values!



1. 本事業の背景と目的
2. 調査方法の全体像
3. 調査結果
 - タスク1：訪日外国人旅行客が抱える不満要因、およびボトルネック課題調査
 - タスク2：訪日外国人旅行者の不満、およびボトルネック課題へ向けた方策（インバウンド向けサービス）検討
 - タスク3：訪日外国人旅行客向けサービス開発へ向けた検討会（ラウンドテーブル）開催
4. 本調査を通じての示唆

1. 本事業の背景と目的

本事業では、訪日外国人旅行者が抱える不満、ボトルネック課題解消へ向けて、官民合同でラウンドテーブルを実施し、消費拡大につながるサービス開発作りを目的とする。

■ 事業の背景

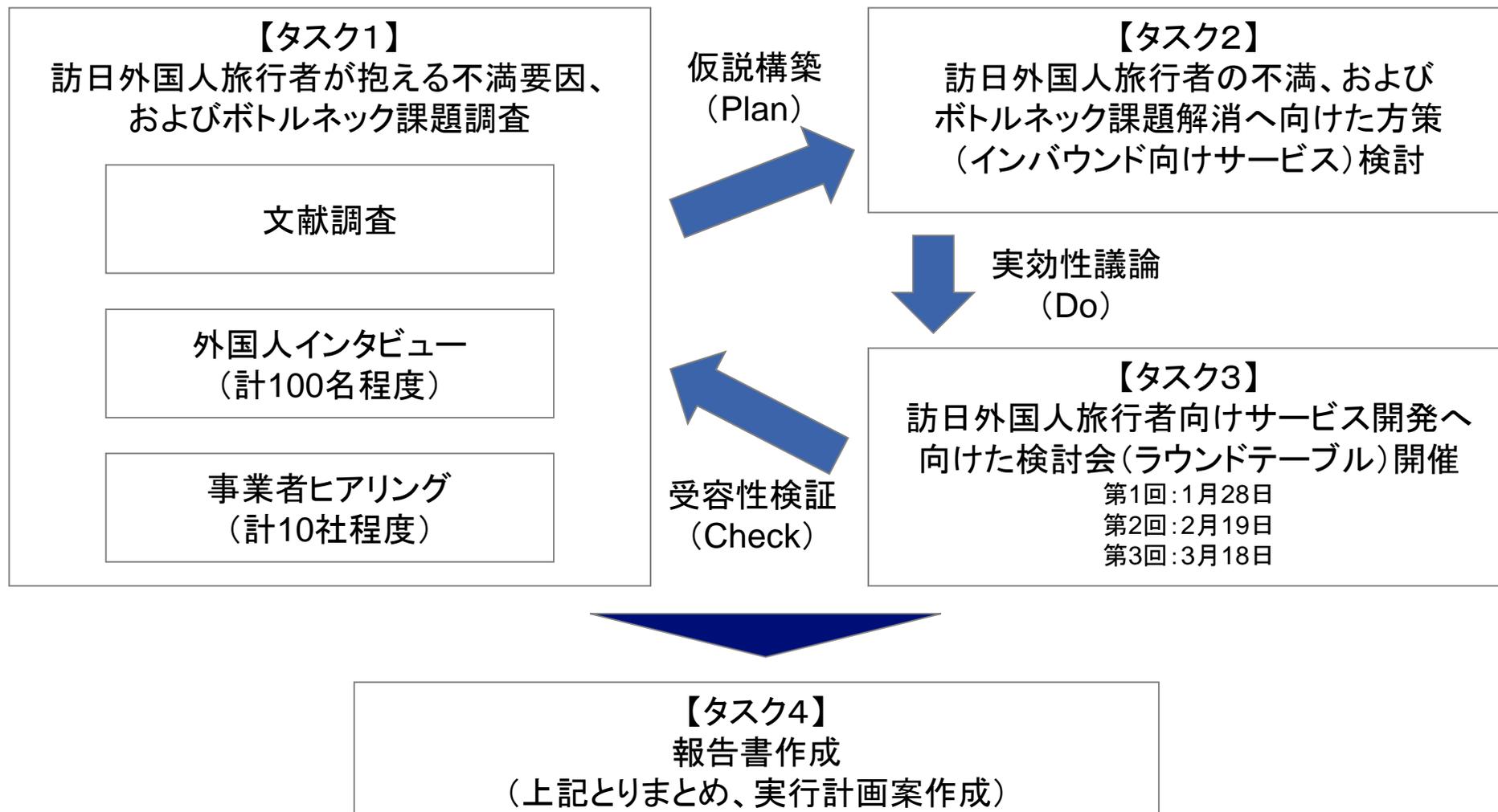
- 我が国においては、2016年3月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」において掲げた2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人、2030年6,000万人を目指して、官民が総力を挙げて取り組んでいる。2020年には東京オリンピック・パラリンピックが開催されることもあり、インバウンド消費拡大への期待も大きい。
- 一方で、観光庁が毎年実施している『訪日外国人旅行者の受け入れ環境整備に関するアンケート』やその他の調査において、訪日外国人旅行者の日本滞在においては「公共交通の利用」「決済」「日本語によるコミュニケーション」等で不便を感じているとの報告がなされている。これらの課題を解決するようなサービス提供は、訪日外国人旅行者の消費を大きく活性化すると考えられる。
- しかしながら、上記課題に対する根本原因（ボトルネック）、例えば海外発行カードが使える場所・サービスが限られている点などについては、これまで体系的な調査が行われておらず、ボトルネック課題の顕在化と対応策検討が必要な状況である。

■ 事業の目的

- 訪日外国人旅行者が抱える不満要因、およびボトルネック課題をインタビュー調査等により明確にするとともに、不満やボトルネック課題を解消するために官民合同でラウンドテーブルを実施し、消費拡大につながるサービス開発を行う。

2. 調査方法の全体像

文献・事業者インタビューをもとにサービス仮説を構築（Plan）し、ラウンドテーブル開催して実効性を議論（Do）、街頭インタビューでサービス案の受容性を検証（Check）を行った。



2. 調査方法の全体像

3回のラウンドテーブル開催に合わせて、サービス検討、およびインタビュー調査を実施。

		2020年										
		1月		2月				3月				
		20	27	3	10	17	24	2	9	16	23	30
【タスク1】 訪日外国人旅行者が抱える不満要因、およびボトルネック課題調査												
	事業者インタビュー（10社程度）											
	訪日外国人旅行者インタビュー（100名程度）											
	文献調査・インタビュー分析											
【タスク2】 インバウンド向けサービス検討												
	サービス仮説検討											
【タスク3】 官民ラウンドテーブル開催												
	ラウンドテーブル第1回		1/28									
	ラウンドテーブル第2回					2/19						
	ラウンドテーブル第3回									3/18		
【タスク4】 報告書作成												
	報告書の作成											
	納品・検収											

【タスク 1】

訪日外国人旅行者が抱える不満要因、およびボトルネック課題調査

調査概要

目的

- 訪日外国人旅行者が抱える不満要因、およびボトルネック課題の特定

調査項目

1. 公共交通機関の不便・不満
 - 1-1. ナビゲーションに関する不便・不満
 - 1-2. 乗車券に関する不便・不満
2. 決済の不便・不満
3. その他の不便・不満

調査手法

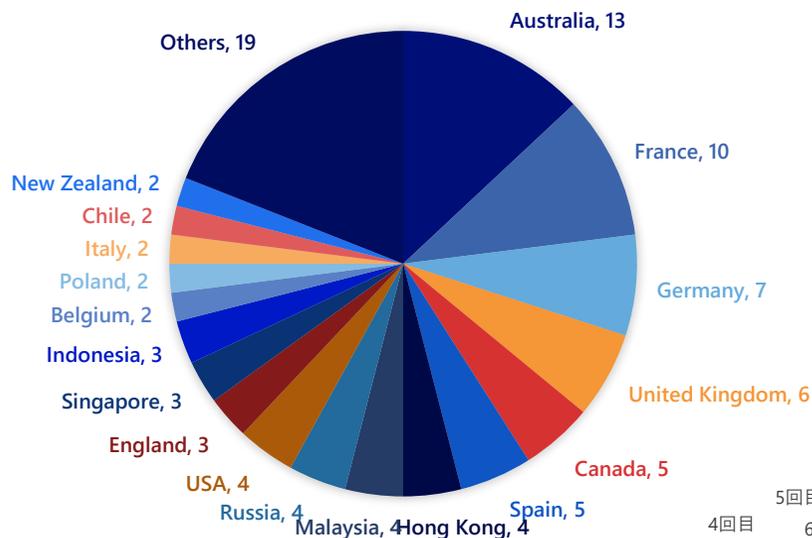
- 訪日外国人旅行者に対する街頭インタビュー調査
 - 実施時期：2020年2月～2020年3月
 - 実施対象者：100名
- 訪日外国人向けサービス提供事業者に対するインタビュー調査
 - 実施時期：2020年1月～2020年3月
 - 実施対象企業（10社）
 - 鉄道事業者 4社
 - 通信事業者 2社
 - 旅行代理店 1社
 - 訪日外国人向け会員サービス提供事業者 1社
 - 決済サービス事業者 1社
 - 小売流通事業者 1社

『訪日外国人観光客に対する街頭調査』概要

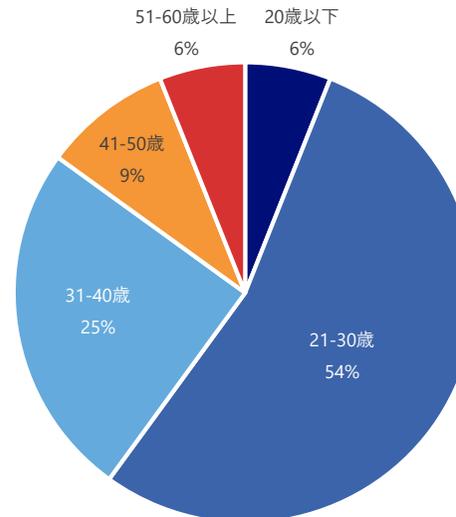
2020年2－3月に、訪日外国人観光客に街頭インタビュー調査を実施。

■ 主に皇居、浅草、秋葉原でインタビューを実施。

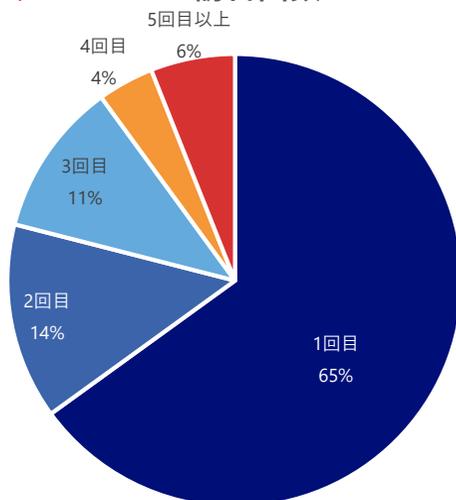
国名



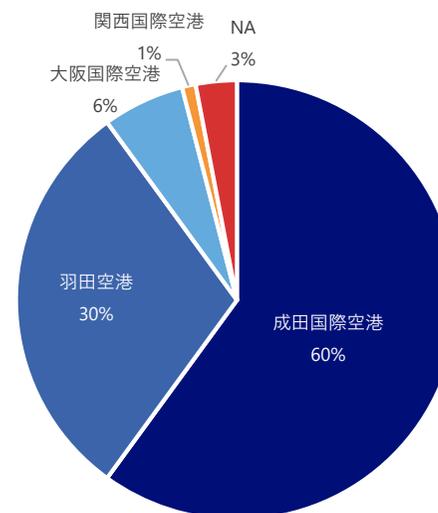
年齢



訪日回数



到着空港



(1) 公共交通機関の不便・不満

1-1. ナビゲーションに関する不便・不満

1-1. ナビゲーションに関する不便・不満

- ・複雑な路線
- ・券売機で購入可能な乗換範囲が限られる
- ・「GPSが地下では通じない」経験に不慣れ
- ・駅の出口が多すぎる
- ・英語での案内情報が少ない

事業者インタビュー調査結果

- ・交通経路が複雑で外国人には理解が難しい（鉄道事業者A）
- ・駅改札口ではポケトークを用いて訪日外国人に対応しているが、細かいニュアンスまでが伝わらず苦勞している（鉄道事業者B）

訪日外国人インタビュー調査結果

- ・路線図が複雑で目的地までの行き方が分からなかった（香港, 20代）
- ・乗り換えが難しく、誤って改札口から出てしまうことが何回かあった（カナダ, 20代）
- ・駅の出口が沢山あり目的にどれが最短か分からない（マレーシア, 30代）
- ・地下で地図アプリが機能せず、英語の案内標識もなくて迷子になった（ドイツ, 20代）
- ・標識の英語訳に間違いがあり、意味を理解できなかった（イギリス, 40代）
- ・駅員さんの対応がおざなりで、質問にきちんと答えてくれなかった（インドネシア, 50代）

(1) 公共交通機関の不便・不満

1-2.乗車券に関する不便・不満

1-2.乗車券に関する不便・不満

- ・乗車券の種類が多いが、その違いが不明
- ・多くの切符がカード決済で購入できない
- ・企画乗車券（JapanRailPass）で地下鉄・私鉄に乗れない
- ・外国人向けのIC乗車券は、有効期限があるため次回訪日時に使えず、払い戻しもできない

事業者インタビュー調査結果

- ・アジア人以外は、手持ちに現金がない状態で駅窓口に来るため、切符が購入できない。（駅のカウンターや券売機で、初めて「現金がないと電車に乗れない」と気がつく）（鉄道事業者A）
- ・券売機がクレジットカードに対応していない。羽田空港の券売機の前には、ATMが配置されているため、現金が必要な人にはATMでの出金を誘導している。（鉄道事業者B）
- ・交通系ICカードは、それぞれ払い戻しを受けられる場所が異なるため、混乱を生んでいる。（鉄道事業者B）
- ・外国人向けのIC乗車券は、販売チャネルが空港駅や主要駅のトラベルセンターに限定されているため、認知不足。（鉄道事業者C）
- ・外国人向けIC乗車券を窓口で推奨しているが、購入承諾率は1割弱。断られる際の主な理由は、「28日の利用制限があり、次回来るときに使えないこと」である。（鉄道事業者A）

訪日外国人インタビュー調査結果

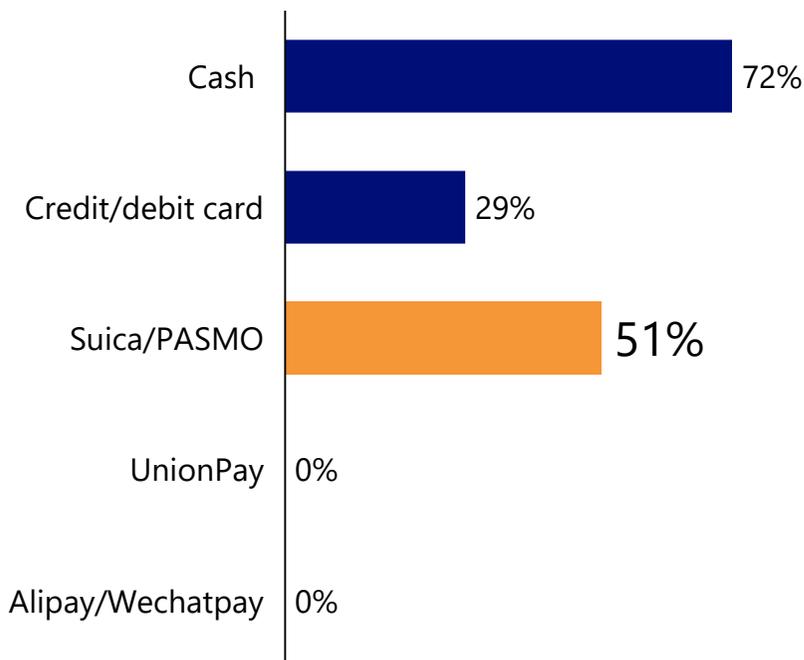
- ・色々な企画乗車券があり、その違いがわからなかった（イタリア,30代）
- ・乗車券の種類が多く、自分の旅行予定に適した企画乗車券が分からなかった。（カナダ,20代）
- ・乗車券を購入する際に、クレジットカードを使用することができなかった（イギリス,20代）
- ・購入した企画乗車券で、乗車できない線があった（カナダ,20代）
- ・企画乗車券（JapanRailPass）を紛失した時に、補償がなかった（ポーランド,50代）
- ・訪日外国人における、外国人向けIC乗車券の認知率は17%、保有率は1%と低い。（アンケート調査）

外国人観光客の51%は、交通系ICカードを使って交通機関を利用。

■ Suica/PASMO保有者の約1/3が、買い物の支払い手段として交通系ICカードを利用。

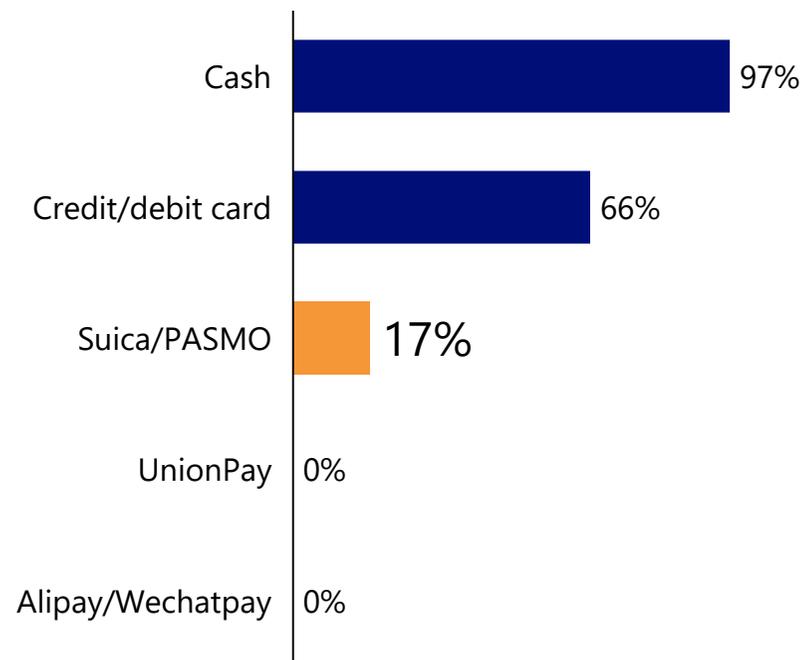
訪日中の交通機関（チケット購入含む）の
決済手段として、よく利用したもの

(n=100)

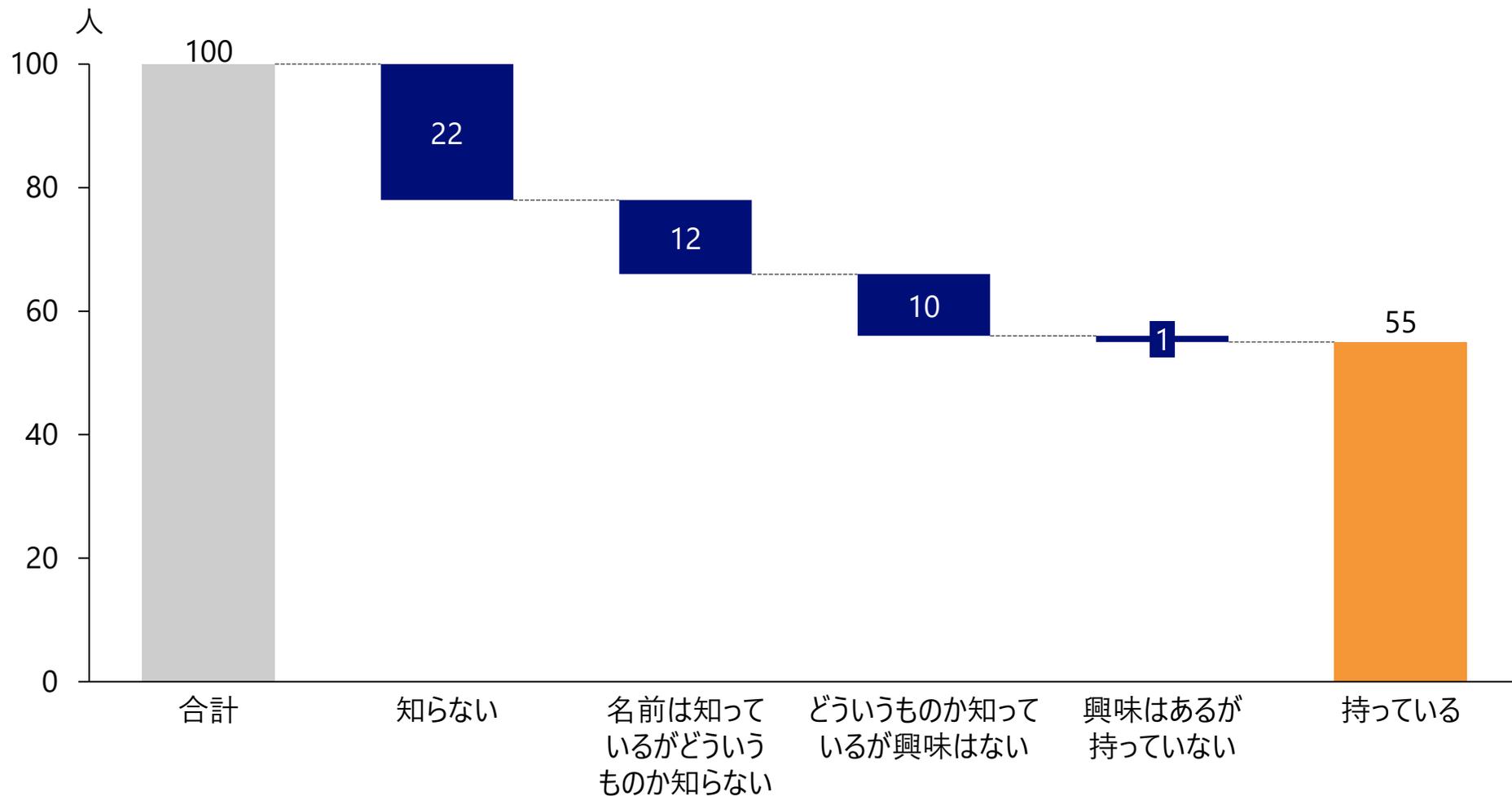


訪日中の買い物の支払い手段として、利用したもの

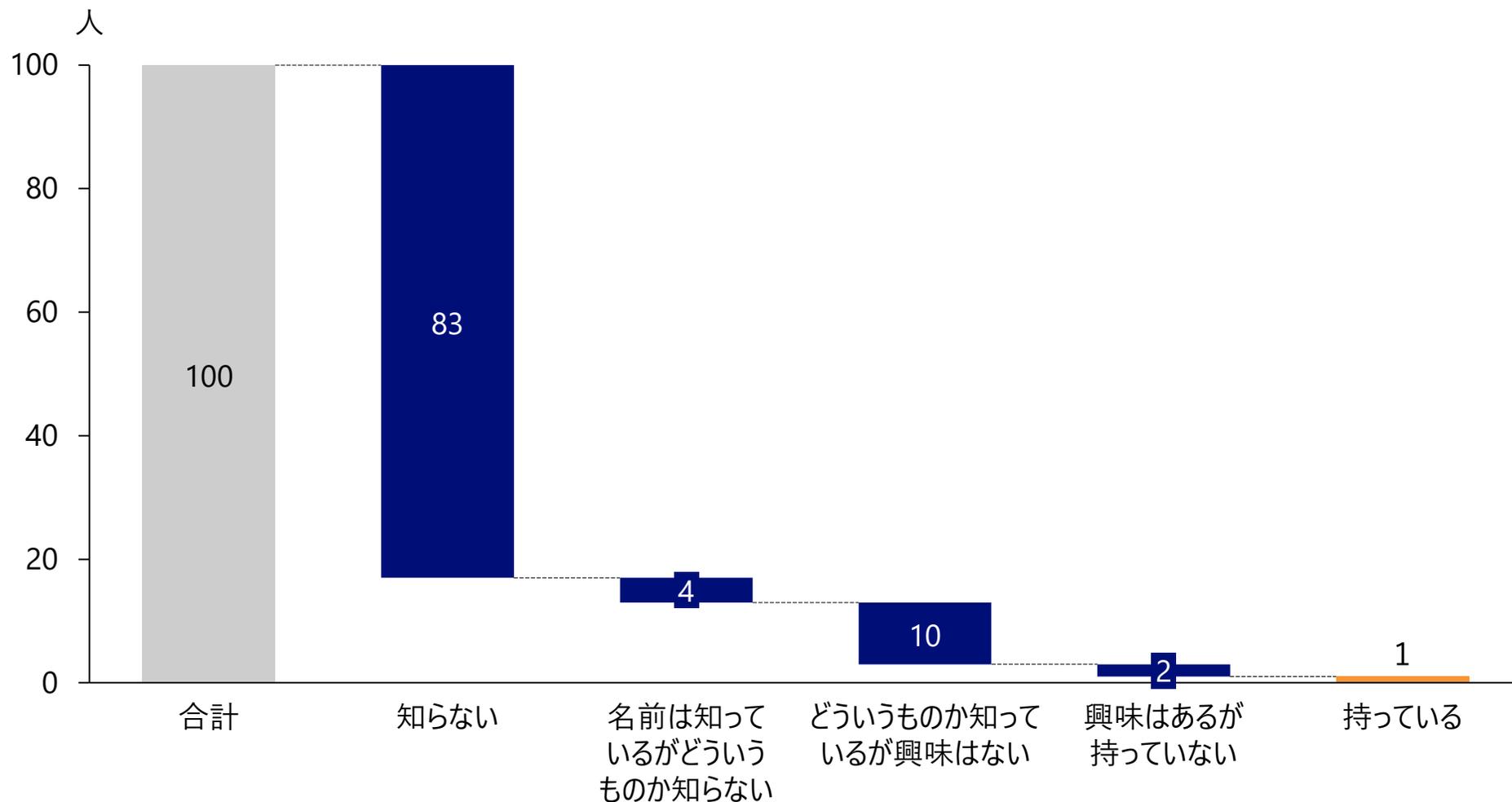
(n=100)



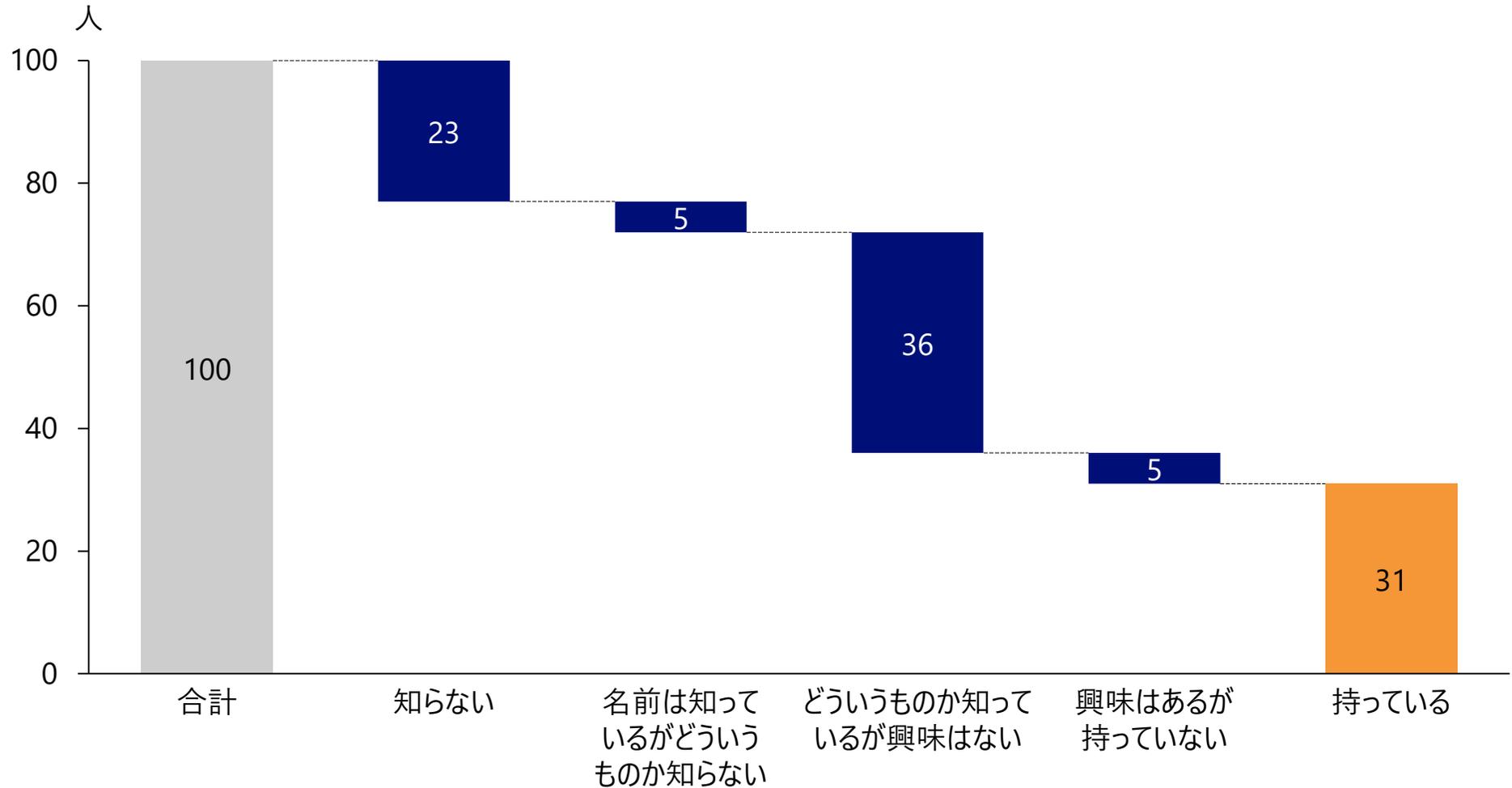
交通系ICカード（Suica/PASMO）の認知・保有状況



訪日外国人用交通系ICカード（Welcome Suica/PASMO PASSPORT）の 認知・保有状況



企画乗車券（JAPAN RAIL PASS）の認知・保有状況



(2) 決済の不便・不満

(2) 決済の 不便・不満

2-1. 決済手段に関する不便・不満

- ・自国で使っている決済手段が使えない
- ・乗車券の購入が現金でしか行えない

「カードが使えない場所が多いので、常に現金を持ち歩く必要がある」(カナダ、20代)

「日本では現金が盛んに使われているが、私は使い慣れていない。」(米国、20代)

「特急券以外の乗車券は、窓口であっても現金決済してもらう必要がある。非アジア圏の顧客は、半分以上が日本円を持たずに、窓口・インフォメーションセンターに来るため、決済時に現金が足りないというトラブルは頻繁に発生している。」(鉄道事業者A)

2-2. 両替に関する不便・不満

- ・手数料が高額
- ・空港のATMが改札近くにない
- ・両替機が少ない

「両替の手数料が高額である。」(米国、40代)

「1円玉や5円玉が残ってしまうと、両替もできず、もったいない。」(米国、20代 / ドイツ、20代) ATMを駅

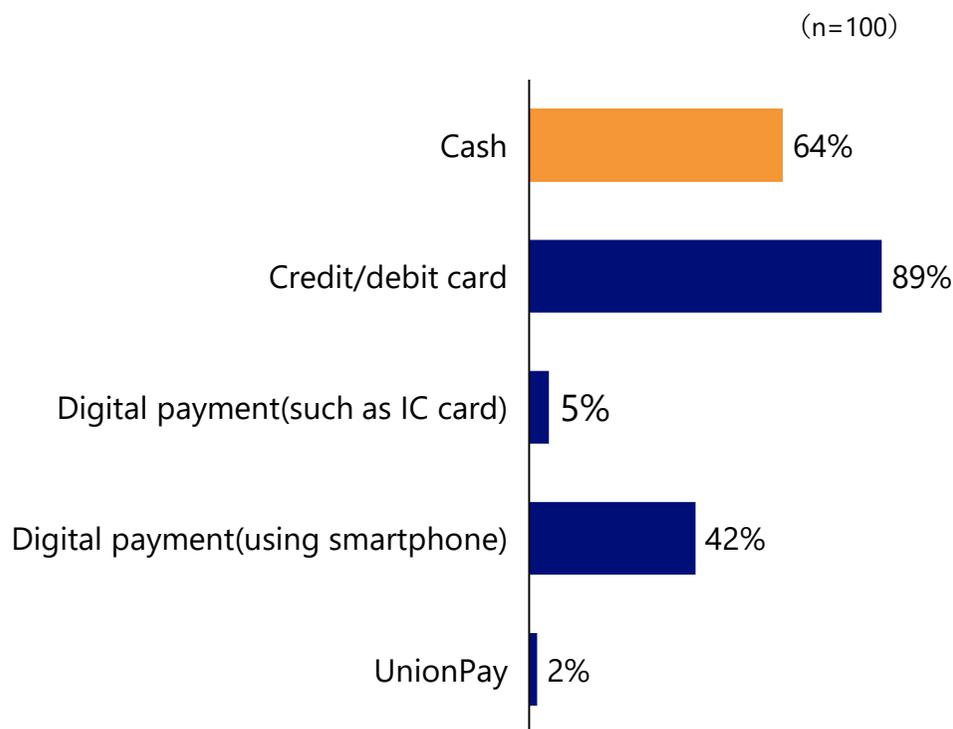
「特定のコンビニや銀行ATMでは、VISA/Mastercardでの現金引き出しができなかった。」(ドイツ、30代)

「ATMを駅窓口・券売機の近くに置きたいが、空港の許可が必要であり、実現できていない。」(鉄道事業者A)

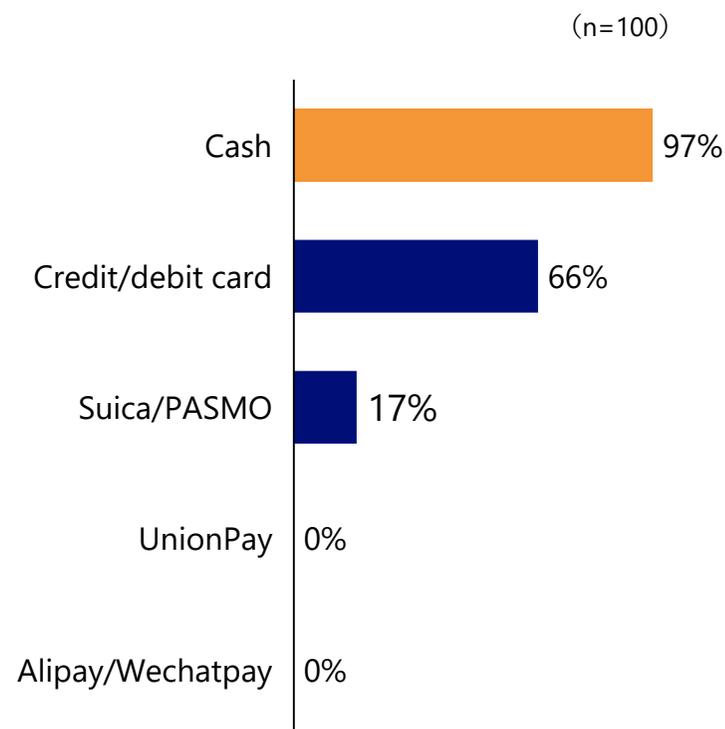
「自国ではキャッシュレス派だが、訪日時は現金を利用」という行動がみられる

- 街頭インタビューにおいて、「乗車券の購入にクレジットカードが使えなかった」という不満の声も一部で聞かれたが、多くの観光客は「日本では現金しか使えない場所もある」という前提での来日・観光をしていることが伺える。

自国で、月1回以上利用している決済手段



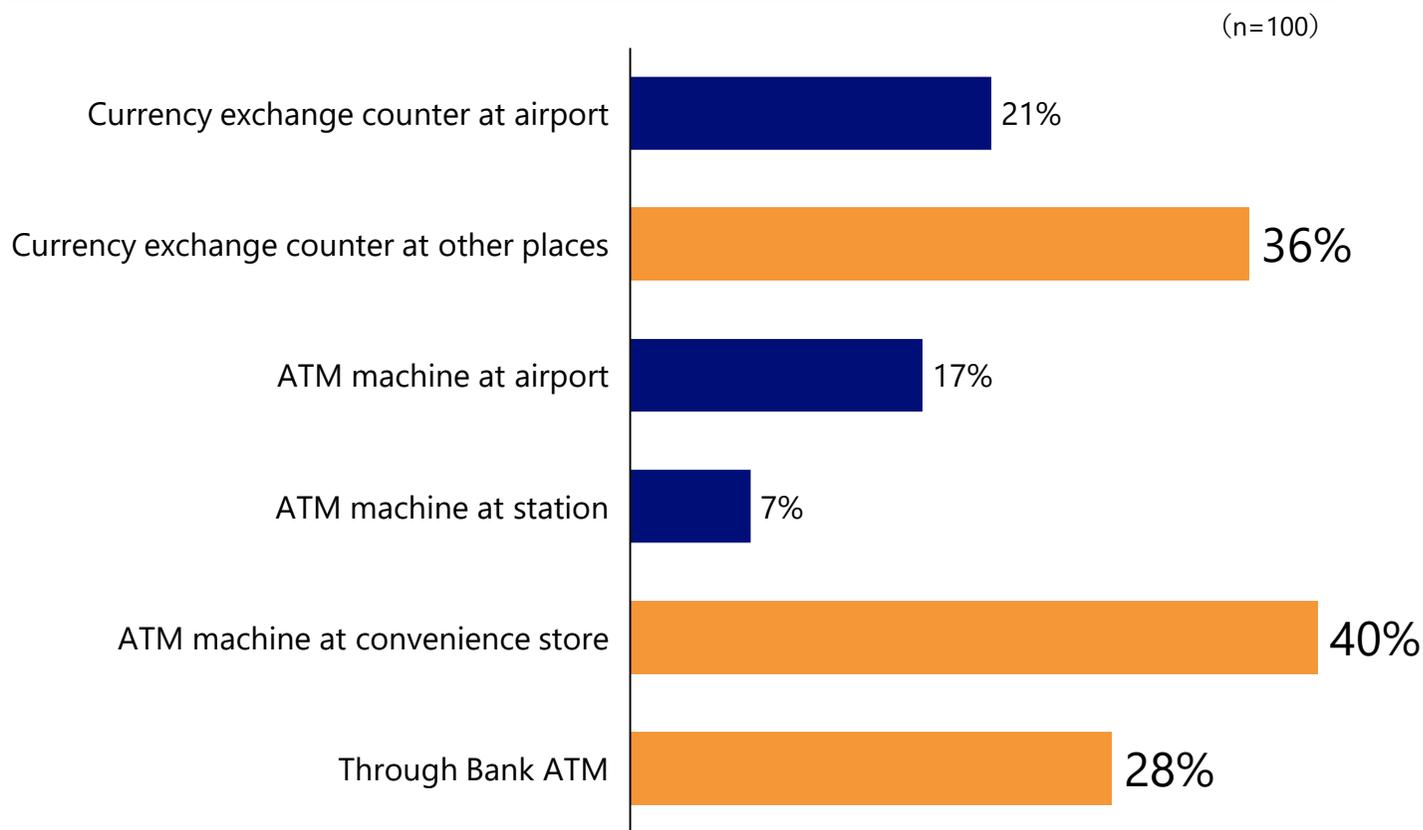
訪日中の買い物の支払い手段として、利用したもの



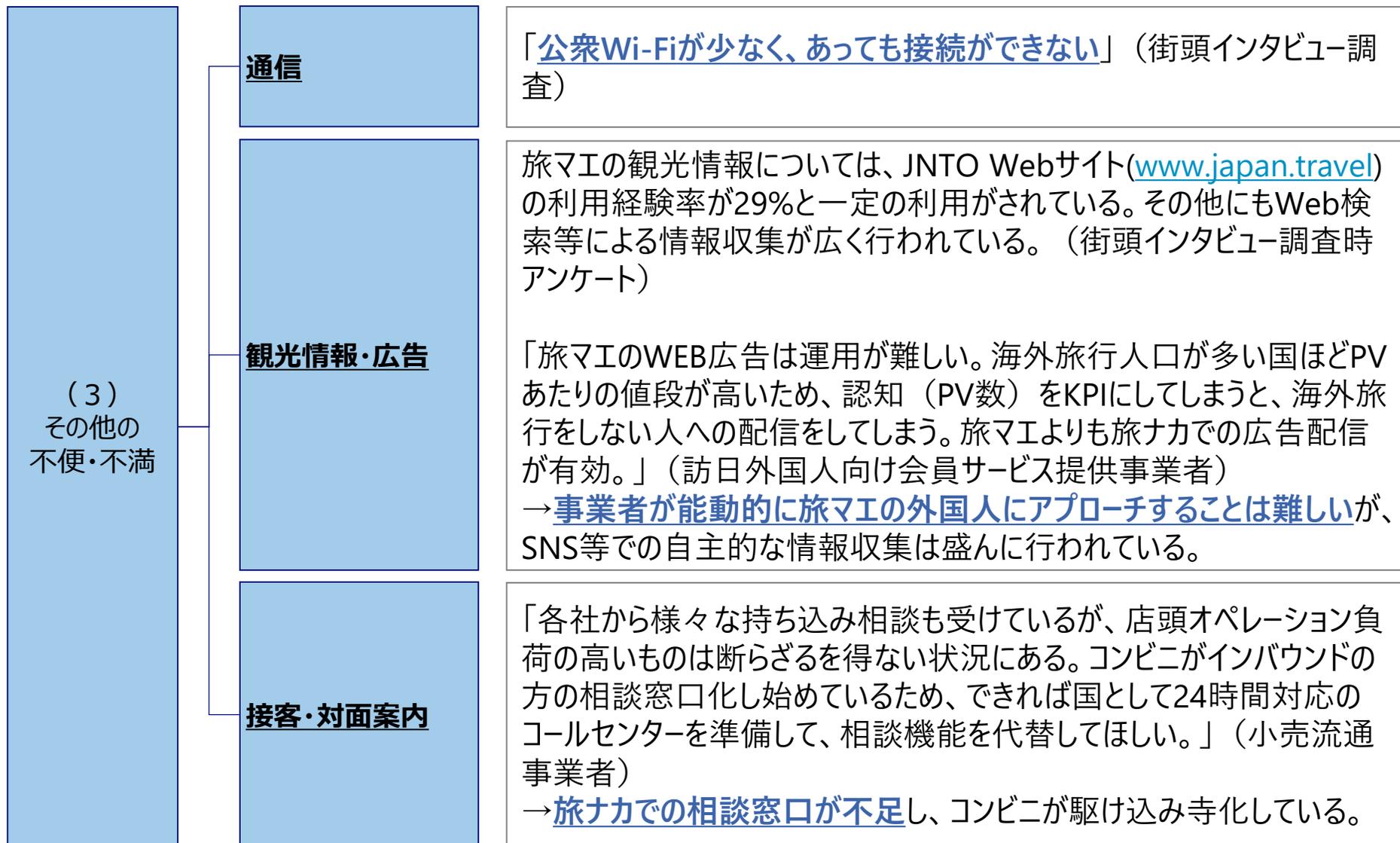
現金調達チャネルは、コンビニATM・銀行ATM・両替カウンターが広く利用されている

- 特に、空港よりも街ナカでの現金引出しが中心に行われている。

旅行中に使う現金の両替に利用した場所



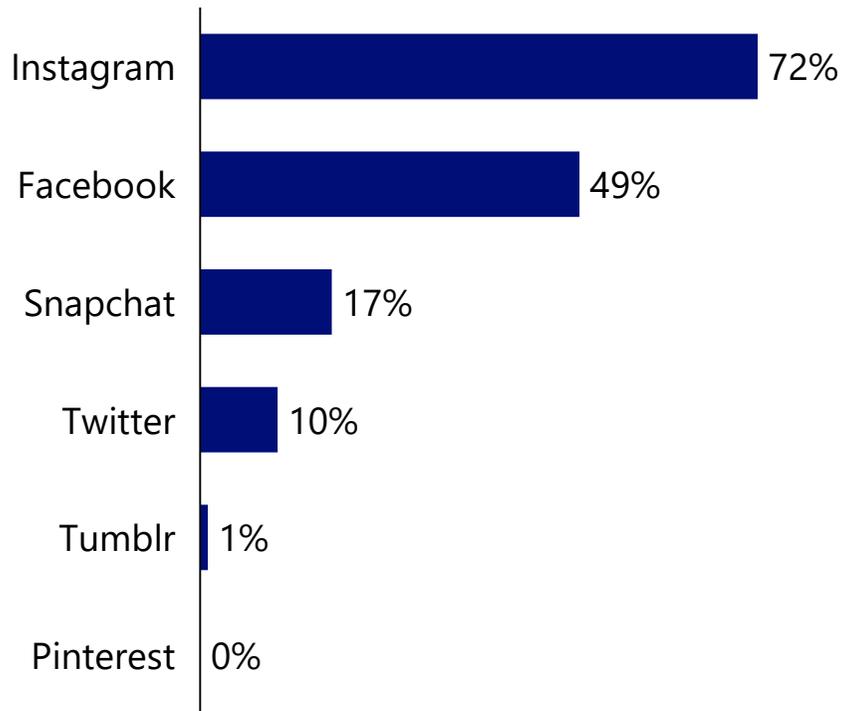
(3) その他の不便・不満



訪日外国人インタビュー結果まとめ

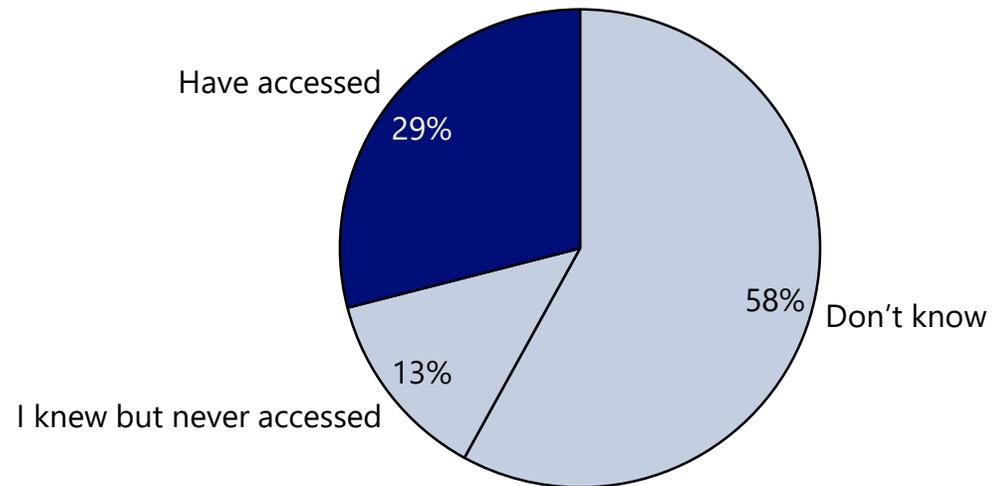
訪日旅行に関する情報収集で利用したSNS

(n=100)

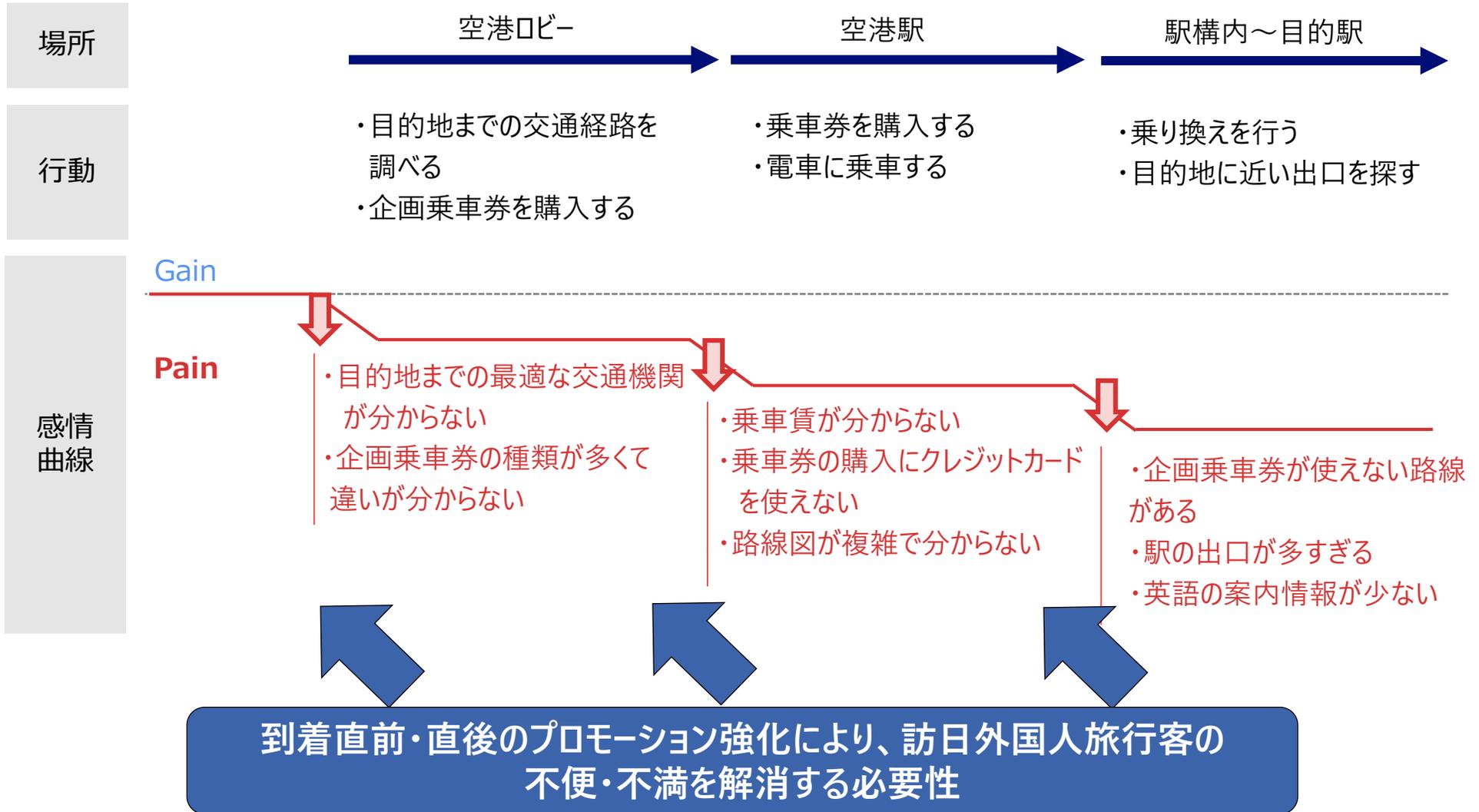


JNTO Webサイト(www.japan.travel)の閲覧経験率は29%

(n=100)



空港到着直後の交通利用に対する不便・不満の声が集中。



【タスク 2】 インバウンド向けサービス検討

【タスク2】インバウンド向けサービス検討

空港到着時を中心に、通信・交通・決済を複合したサービスをパッケージ化する。

インバウンド旅行者に早い段階でリーチしてプロモーション等を行う



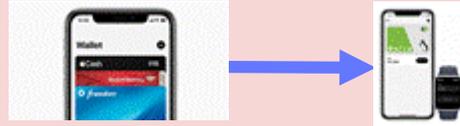
論点：
「来訪前・入国・滞在・帰国後」
を切れ目なくサポートできる
仕組み作り・統一プロモーションを
如何にして行うか？

多言語での情報提供インフラ整備と
端末やSIM、WiFi等の通信環境支援



海外カード使って交通カードチャージ

(方法1) 海外iPhoneでモバイルSuica利用



(方法2) 最寄りのコンビニATMでチャージ



コミュニケーションに関する課題解決



交通に関する課題解決



東京のタクシー
8割超対応済み



Japan Pass本格化に
向けた切掛けづくり

統一プロモーション・広報や民間アライアンス支援など
様々なサポートを提供する事で推進する



ロゴ・パンフレット・CM・プロモーションサイト等

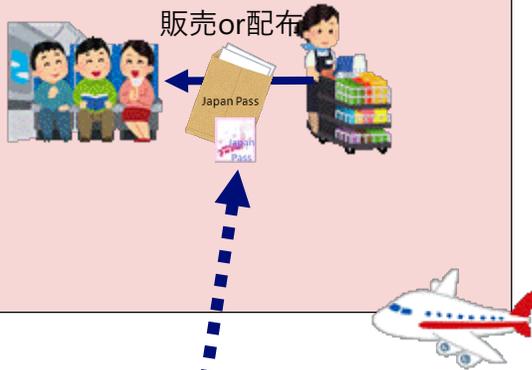
関係省庁



【タスク2】インバウンド向けサービス検討

例えば、日本へのフライト中に交通系ICカードやガイドブック等を販売/配布できれば、インバウンド観光客のストレスを軽減できるのではないか。

①日本へのフライト中に機内販売
ないしは配布を行う



②改札通過後に、海外カードでチャージ

改札通過時点で
アクティベーション



コンビニATM等で
チャージ



③交通・買物等に活用



追加チャージ
可能



28日間有効
預り金なし

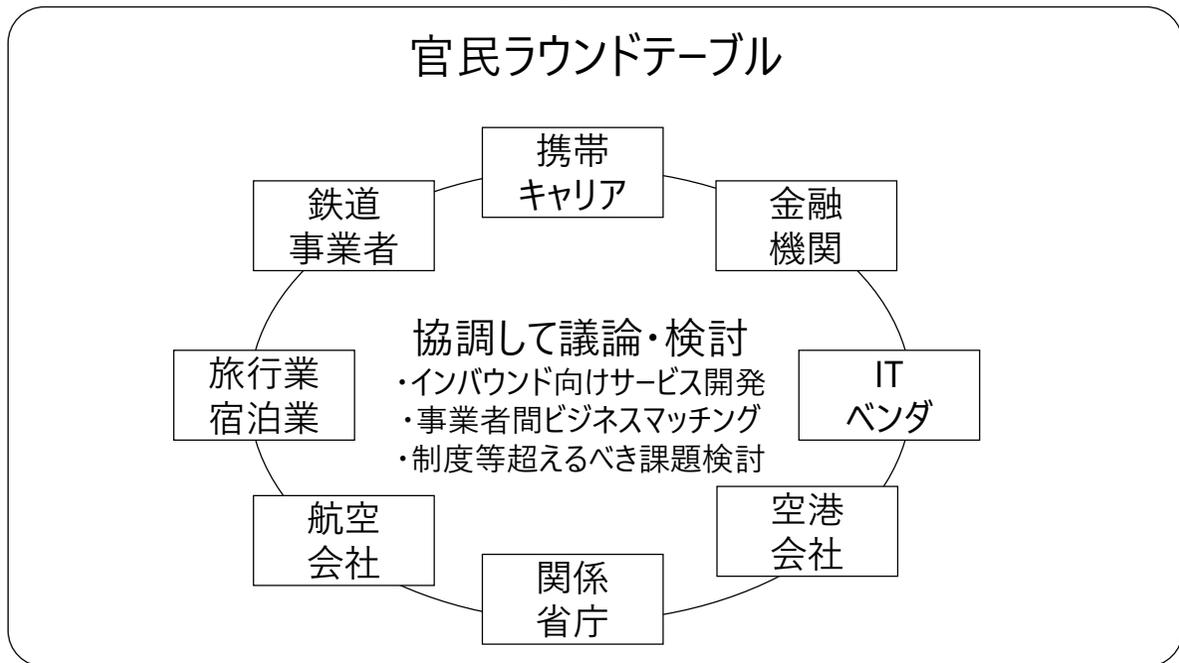
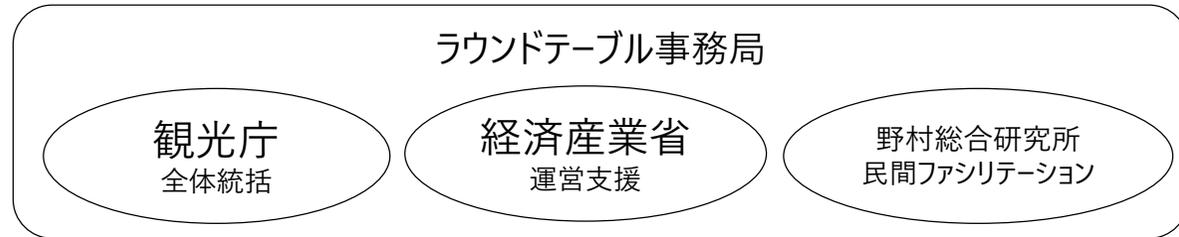
iPhoneは海外カードでモバイルSuica/PASMO
利用も可能



【タスク 3】 官民ラウンドテーブル

【タスク3】官民ラウンドテーブル

インバウンド消費拡大に資するサービス開発へ向け、核となる事業者が協調して議論・検討を行う場として「官民ラウンドテーブル」を開催。



想定テーマ（案）

- ① JapanPass 1.0
2020夏に向けたプロモーション等
- ② JapanPass x.0
インバウンド向け各種課題のソリューション
・交通・決済・コミュニケーション
・プロモーション・ビッグデータ等
- ③ その他
インバウンドに関わる各種アイデア出しとその推進

【タスク3】官民ラウンドテーブル

計3回の官民ラウンドテーブルを実施。

	日時・場所	アジェンダ
第1回	2020年1月28日（火） 15:00 – 16:30 経済産業省本館会議室	<ol style="list-style-type: none">1. 事務局自己紹介2. 本会合の開催意図、目的等の説明（野村総合研究所）3. 2020キャンペーンのご紹介（観光庁）4. キャッシュレス・消費者還元事業の進捗状況について（経済産業省）5. 参加各企業・省庁自己紹介、および訪日外国人旅行者向けサービスについての取り組みについて6. 次回ラウンドテーブル開催案内
第2回	2020年2月19日（水） 16:30 – 18:00 紀尾井カンファレンス	<ol style="list-style-type: none">1. 「Japan Pass」コンセプト説明（事務局）2. 「Japan Pass」サービス案のプレゼンテーション<ol style="list-style-type: none">(1) ソフトバンク株式会社(2) 株式会社ゼロイン(3) 東日本旅客鉄道株式会社(4) 株式会社セブン&アイホールディングス(5) 株式会社Payke(6) 株式会社新生銀行/アプラス(7) 株式会社NTTドコモ、株式会社JTB/ Fun Japan Communications(8) 農林水産省3. 次回ラウンドテーブル開催案内
第3回	2020年3月18日（水） 16:00 – 16:30 電話会議 (事務局のみ観光庁会議室より参加)	<ol style="list-style-type: none">1. 訪日外国人観光客に対する調査報告（野村総合研究所）2. Japan Pass 1.0スコープについて（野村総合研究所）

本調査を通じての示唆

本調査を通じての示唆

■ 訪日外国人旅行者へのインタビューや事業者の取り組みの中から見えた、新たなボトルネック課題

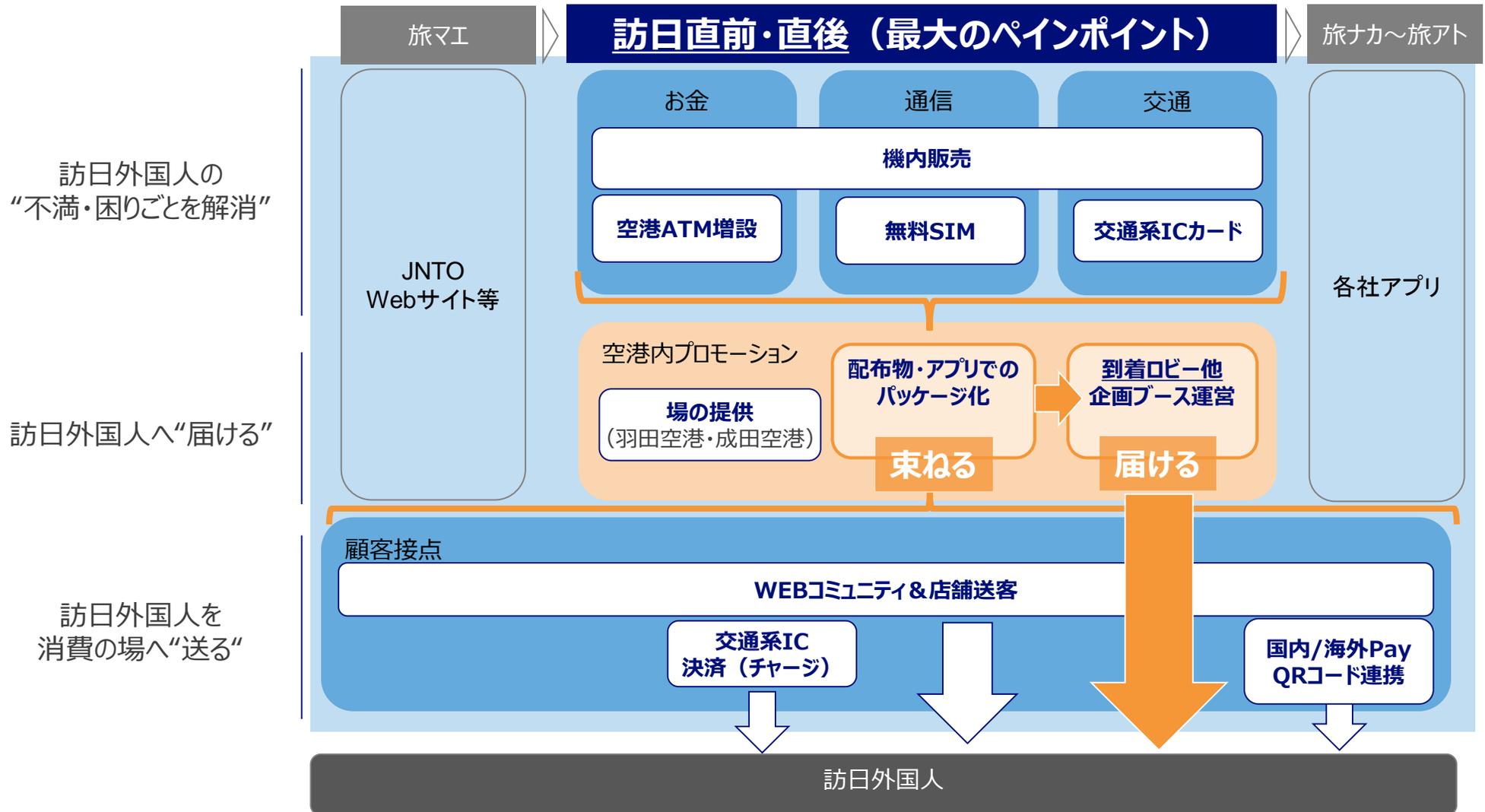
- 訪日外国人旅行者の公共交通機関の不便・不満は、各事業者が様々な取り組みを行っているが、特に空港や旅ナカでの案内（ガイドンス）不足に対する課題が解消できていない。さらには、コンビニエンスストアや駅周辺のお店が観光案内所化し、オペレーション負荷増大という新たな課題が発生し始めている。
- 近距離乗車券にクレジットカード等の非現金決済手段を導入することは、加盟店手数料率等のカード業界固有のコスト問題もあり、鉄道事業者単独では解決困難である。そのため、ロット販売可能な企画乗車券や交通系ICカードを第三者に販売委託することにより訪日外国人旅行者への利便性を高めようとしているが、販売方法に様々な制約が存在している。
- 交通系ICカードは、少額決済可能な利便性の高いツールとして訪日外国人旅行者への認知が一定程度ある。一方で、複数の鉄道事業者が名称の異なるICカードを発行しているために、機能性の違い（利用可能範囲や有効期間、払い戻し可否など）が訪日外国人旅行者には理解できず、新たな不満要素となりつつある。

■ ボトルネック解消へ向けた対応策（案） ⇒ サービスイメージは次頁参照

- 交通系ICカードを基軸に様々な施策を検討することは、訪日外国人旅行者の様々な不便・不満の解消、およびインバウンド消費拡大策として有効である。そのためには、交通系ICカードを訪日後早いタイミングで簡単に購入できる環境整備が必要である。
- 訪日直後に訪日外国人旅行者が経験する不便・不満（ペインポイント）を極力抑えるために、空港到着時に様々なサービス認知度向上のためのプロモーションを実施できる環境整備が望ましいが、空港の場所が確保できないなど短期的には解決できない課題がある。そのため、スマートフォンアプリや自動販売機等の活用により、訪日外国人旅行者が自分自身で調べてサービスを認知できるような環境整備を強化する必要がある。

サービスイメージ（案）

『訪日直前・直後』が最重点の強化ポイント。空港内のプロモーションパッケージとして“束ねて”訪日外国人へ“確実に届ける”体制を作りこむ。



The text is framed by two decorative swooshes. The top swoosh is a gradient bar transitioning from blue on the left to red on the right. The bottom swoosh is a solid blue bar.

Share the Next Values!