

近畿運輸局

関西発、日本版インタウンチェックイン構築 (手ぶら観光)に向けた実証事業

第三回 検討会議事録

実証実験における説明 事務局：Onwordsより

1. 実証実験の目的

- ・ **手ぶら観光の利用促進:** 本実証サービスと共に手ぶら観光の利便性を情報発信することで利用促進を図る
- ・ **手ぶら観光の認知向上:** 本実証サービスと共に手ぶら観光の情報発信を行うことで、更なる認知向上、その先のオーバーツーリズム解消を狙う

2. プロモーションの分析

・ ターゲット設定:

属性: 30代～50代の夫婦、もしくは家族連れ

経験: 訪日経験が豊富で、大阪・京都にも頻繁に訪れているリピーター層

志向: 最終日までアクティブに過ごしたい、グルメや買い物を楽しみたいという意欲が高い層

戦略: 体験や観光の旅程を検討する、比較的早期のフェーズでのアプローチを想定して設定

・ 媒体別の考察:

チラシ: 媒体別ではチラシ経由のQR読み取りが最多となり、そのうち60%以上が「ホテルでの荷物預け」に関する情報を閲覧していた

Web広告 (Meta/NAVITIME): インプレッションやクリック数は稼げたが、直接的な予約には至らなかった

検索流入 (Google): 「大阪 関空 荷物」等の能動的な検索層は滞在時間が長く、今後の有力な流入経路となる可能性がある

課題: 予約数の伸び悩みの一因として「前日予約締め」という制約で、旅ナカ・帰国直前の「今預けたい」というニーズと合致しなかった可能性がある

3. アンケートおよびGPSの結果考察

・ アンケート結果考察:

利用者属性: 訪日リピーター (5回以上が過半数) や家族連れ (40%) の利用が中心

サービス評価: 利用者の97%が満足、98%が有料でも再利用意向あり。「日本だから安心」という信頼基盤があり、荷物紛失に対する不安は極めて限定的

消費行動の変容: 消費活動が生まれにくかった「帰国日(空港利用日)」を、手ぶら化によって「消費創出の時間」へ転換できる可能性が生まれた点が大きな成果である。

「サービスを利用したからこそ生まれた予定外の消費」という回答が多く、経済効果への寄与が確認できた

・ GPS結果考察:

荷物を預けたことで、梅田の商業施設間や心齋橋の商店街など、混雑エリアや広範囲を長時間回遊できているデータが得られた。さらに「楽に移動できる」

だけでなく、そこから買い物や飲食といった具体的な消費行動に直結しており、地域消費を押し上げる可能性が示された。また、宿泊や鉄道移動のハブとなる地点で荷物を預けることで、周辺施設での観光客の自由時間を最大化できると考えられる

4. まとめ

・ 成果と行動変容:

メルマガ開封率の高さ (40～50%) サービス自体への潜在的な関心が高いことが示唆される

150個以上の大型荷物が預けられたことから、車内混雑の緩和や移動中の快適性向上に寄与したと考えられる

GPS分析とアンケート結果より、本サービスが長時間回遊と平均1万円以上の予定外消費を誘発した可能性が高いことが示された

・ プロモーションの課題:

今後は「認知 (Meta広告等)」から、購買意欲の高い層を狙う「獲得 (検索連動型広告)」へシフトすることが有効であると考えられる

ホテル客室内への情報配置やスタッフによる推奨 (リコメンド) を行うことで、信頼感の醸成と十分な検討時間の確保につながる可能性が高い

・ サービス設計の改善:

利用者の「今預けたい」という衝動的なニーズに応えるためには、リードタイムを無くした「当日予約・即時預け入れ」の実現が、利用拡大に向けた重要な要素であると推察される

【検討委員より】実証実験に関する質疑応答	
<p>【座長】 岡田教授</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サンプル数は限定的であったものの、数値化することで傾向がつかめ、現状把握や改善点の検討素材として良い成果が得られた ・手ぶら観光やインタウンチェックインに対する確実なニーズ、および利用者の利便性・安心感の向上が確認できた ・滞在の質や体験価値を高め、持続可能な観光地域づくりに資する取り組みであると再認識した <ol style="list-style-type: none"> (1)利用者:利便性向上だけでなく、予定外の行動による消費活動が活発化した (2)交通・地域: スーツケースを持たないことで他の旅行者の移動円滑化、地域の混雑・騒音緩和に寄与する (3)事業者: 消費向上による利益や、ホテルの荷物預かりスペース不足の解消につながる ・「予定外の消費」を「計画的な行動」へと昇華させるため、事前周知を強化し、周辺地域への回遊を促すことが重要 ・「配送料無料」を常態化させるのではなく、付加価値の訴求や、関心喚起のための期間限定施策として位置づけるなど、注意が必要 ・ホテル利用率が高い点を踏まえ、チラシをロビーに置くだけでなく、客室への設置、フロントでの説明、無人チェックイン機での表示など、タッチポイントの強化として、目に触れる機会を増やす工夫が求められる。 ・ファミリー層向けにベビーカーレンタル等とセットにする案や、ビジネス・MICE層の最終日の買い物需要を取り込むなど、新たな層へのアプローチも検討余地がある ・今後はユーザーだけでなく、地域住民や事業者へのアンケートも実施し、本サービスの社会的必要性や重要性を可視化していくことで、普及につなげていくべきである
<p>【運営実務者】 Airporter 林氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・オペレーションに関して、「空港内での荷物移動（臨時倉庫活用）」と「指定場所での対面受け渡し」が通常と異なる点だったが、中継拠点として活用できたことで移動は非常にスムーズに行え、大きなトラブルなく完了した。対面受け渡しについては、当初は会えるか不安もあったが、初日の課題（待ち時間）も2日目以降の案内改善で解消できた。特筆すべき点として、お客様が指定時間より早く到着する傾向があった点は意外な気づきであった ・アンケートの依頼タイミングが「利用後（フライト直前・機内）」という条件にも関わらず、80%という高い回収率を達成できたことは、インバウンド向け施策として非常に意義深い。これにより行動変容やインタウンチェックインニーズの傾向が見られた
<p>西村あさひ 法律事務所 赤松氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・手ぶら時間で消費拡大の恩恵を受ける商業施設や飲食店も巻き込み、街全体で手ぶら観光サービスのチラシ配布や予約タッチポイントを設置する体制が望ましい ・将来的に本格的なインタウンチェックインを目指す場合、「市中で買ったものをいつ・どこでスーツケースに詰めるのか」という新たな課題が生じる。機内持ち込みにするのか等、多様なニーズに合わせたサービス設計（バラエティ）の検討が必要ではないか。
<p>日本航空 柴本氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・最終日に手ぶらで観光できる意義は大きいと再認識した <p>質問: (1)今回の利用者は、過去に既存の配送サービスを利用した経験があるか (2)通常のAirporterサービスと、今回の実証サービスについて、評価の違いや比較データは集計したか</p> <p>回答（事務局Onwordsより）: (1)過去利用者54.3% (2)今回のアンケートでは集計していない</p>

【検討委員より】実証実験に関する質疑応答	
大阪観光局 中村氏	<ul style="list-style-type: none"> アンケートで示された「消費拡大」も経済的に重要だが、オーバーツーリズム解消や地方創生の観点からは「人の移動（周遊）」がより重要であると考えている 単に市内での消費拡大だけでなく、「荷物がなくなったから府内の遠方（泉州地域など）へ足を伸ばせた」というような、広域周遊・オーバーツーリズム解消の視点で、都市部から地方への分散や広域周遊につながる成果・設計を期待したい
大阪府 山田氏	<ul style="list-style-type: none"> プロモーション手法において、場所により「一瞬で視線を奪う静止画」と「待機時間に見てもらえるストーリー性のある動画」を使い分けることで、周知の可能性が広がるのではないかと 周知ルートの拡大について、ホテルでの利用が多かった点を踏まえ、次回はホテル協会への協力要請や、もし府で実施するのであれば、特別徴収義務者への送付物に案内を同封するなど、行政ルートを活用した周知方法も考えられる
京都市観光協会 堀江氏	<ul style="list-style-type: none"> クリエイティブについて バナーやLPのデザイン・文言量・パターンの検証が不足していた可能性がある。特に「多言語併記」による視認性の悪化や、「家族連れ写真」によるソロ層の乖離など、ターゲットに合わせてクリエイティブを最適化する余地があり、今後も検証が必要 アンケートについて Q16: 「追加消費額」について、手ぶらでなくても発生していた消費が含まれていないか（純粋な誘発効果か）を慎重に検証し、過大評価にならないよう注意すべき。将来的に百貨店等にコスト負担を求めるビジネスモデルを構築するには、説得材料として精度の高い「純粋誘発消費額」や「市場規模」に繋がるデータが求められる Q17: アンケート等の選択肢に「コインロッカー」の存在が考慮されていたか気になった。配送が利用できない場合の行動として「空港直行」だけでなく、ロッカー利用との比較視点も必要 プロモーションについて 客室での案内はアイデアとして有効だが、ホテル側の協力を得る難易度は極めて高いのが実情である ペルソナ設定について 利用者は「夕方・夜便」のフライト利用者が中心であるため、カスタマージャーニーやペルソナ設定にその基礎情報を明記することで、ターゲティング精度がより高まると思われる

今後の手ぶら観光推進について 事務局：近畿運輸局より

1. 本事業の実証実験サービスを通じて

- **アンケートの評価と活用:** サンプル数は限定的であり公表には慎重を期すが、周遊・消費拡大や混雑緩和への有効性が傾向として可視化された意義は大きい。これまで想定していた効果が実証された形となった
- **周遊拡大と消費拡大:** 大阪市内での消費だけでなく、大阪府下（例：泉州地域など）への「プラスワントリップ」を促すような施策と手ぶら観光を組み合わせ、広域周遊を実現していきたい
- **オーバーツーリズム対策:** バスや鉄道車内のスーツケースによる混雑に対して、手ぶら観光は地域住民との調和を図る上で非常に効果的である
- **インタウンチェックインの継続検討:** アンケートで9割以上の利用意向が確認されたことから、手ぶら観光の選択肢（認知）を増やすためにも、引き続き導入に向けた検討を進める

2. 近畿運輸局による次年度以降の取り組み

- **観光庁支援メニューの案件形成支援:** 近畿運輸局が直接予算執行する形は一区切りとなるが、観光庁の支援メニューを活用した手ぶら観光事業の形成を支援する。管内で実施を検討する際は、ぜひ運輸局へ情報提供・相談をしてほしい
- **「HANDS FREE KYOTO」や「Hands-Free Travel Osaka」を継続して情報発信:** 行政として特定の民間サービスを推奨することは難しいが、既に整備されたLP等は「関西に来たら利用できる便利なサービス」として、引き続き運輸局からも情報発信を行う
- **関西における手ぶら観光案件の情報共有・勉強会の開催:** 観光庁も手ぶら観光に注力しており、次年度は観光庁の予算枠組みの中で、関西における情報共有や勉強会を開催する予定である。本検討会のメンバーにも引き続き参加をお願いしたい
- **自治体・DMOのファミトリップにおける手ぶら観光活用促進:** 公共交通機関を利用するファミトリップ等の際に、手ぶら観光サービスを積極的に活用してもらおうよう、自治体やDMOへ働きかけを続ける
- **JNTOとの連携:** JNTO海外事務所（香港、シンガポール、ドバイ等）との繋がりを活用し、現地の旅行会社に対して「関西には便利な手ぶら観光がある」とPRしてもらおうよう連携を強化する
- **インタウンチェックインは継続的に研究:** 今年度は実証実験に至らなかったが、課題整理や研究は継続する。
- **シンポジウムへの参加・周知のお願い:** 手ぶら観光の認知拡大（言葉の流通量を増やす）が目的であるため、利用者だけでなく、誘客したい自治体・DMO、飲食店、百貨店など幅広い関係者に参加してもらえるよう、委員の皆様からも周知協力をお願いしたい

本事業を通して 検討委員・事務局より

<p>西村あさひ 法律事務所 赤松氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インタウンチェックインについて、チェックイン後から空港に至る「輸送過程における保安責任」の整備が課題であることが確認できた ・航空会社協力の元、成り立つサービスではあるものの、航空会社だけに責任を負わせるのではなく、ステークホルダー全体で責任を分担する議論が必要。過去に認められたと伺っている特例的な事例における整理を研究し、今後は一般的な仕組みへと昇華させていく議論を期待したい
<p>大阪府 山田氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・今回はITCIの実証には至らなかったが、手ぶら観光の実効性は十分に確認できた。今後、法整備等の課題をクリアしインタウンチェックインが実現すれば、観光客の劇的な行動変容につながる大きな可能性を感じた
<p>大阪市 小林氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ミナミエリア等は依然として大きな荷物を持った観光客が多く、地域住民・観光客双方のストレスの一因となっている。アンケート結果からも本施策の拡大・拡充はオーバーツーリズム対策としても非常に有意義であり、市として引き続き協力・推進していきたい
<p>大阪観光局 中村氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・手ぶら観光を日本の新たなトラベルスタイルとして根付かせることが、オーバーツーリズム解消や地方創生につながる。来年度のプロモーションを含め、引き続き関係者と連携して進めていきたい
<p>京都市観光協会 堀江氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・計画通りにいかない点も含め、トライ＆エラーや関係者が集まり試行錯誤することが重要であると再認識した。京都でも引き続き手ぶら観光を推進していきたい ・「誰もが知るサービス」を目指す一方で、「本当に必要としている人」に確実に届けることが重要。例えば「子連れでピンチの時に助かった」といった、深く印象に残り、SNS等で口コミしたくなるような「狭く深い」サービス体験を作っていくべきである
<p>関西イノベーションセンター 崎坂氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・検討会は一区切りとなるが、今回構築された関係者間の「座組」や「つながり」は今後も非常に重要である ・今回は実証に至らなかったインタウンチェックインや手ぶら観光の推進に対し、MUICとしても引き続き支援・協力していきたい

本事業を通して 検討委員・事務局より

<p>関西エアポート 木村氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・認知されれば評判が良いサービスである。オーバーツーリズム解消の観点からも、二次アクセスが不便な場所や路地裏の店舗など、「手ぶらでないと行けない（楽しい）旅」の魅力を発信してほしい ・関空の入国者数は韓国、中国、台湾、香港の順となっている。マス層への普及を考える上では韓国・中国市場も重要視してほしい ・本格的なインタウンチェックイン導入には国際ルールや国策レベルの調整が必要となるため、空港としても一緒に検討していきたい
<p>日本航空 柴本氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・実証の考察結果を踏まえ、地域や利用者のために手ぶら観光が広がっていくことは非常に重要であると認識している。 ・一方で、預かった荷物をそのまま航空機に搭載する本格的なインタウンチェックインについては、単なる配送とは求められる要件や基準が大きく異なる。「安全第一」を最優先事項として踏まえた上で、引き続き検討していきたい。
<p>Airporter 泉谷氏</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インタウンチェックインはインバウンドだけでなく、国内のライブやMICE開催時など、大規模イベントでのオーバーツーリズム対策にも有効である。短時間に集中する空港・機内の混雑を解消する手段として、有用性を訴求していきたい ・大規模イベント時は機内への手荷物持ち込みが集中し、収納に時間を要することで出発遅延や再預け入れの手間が発生しやすい。ITCIで事前に荷物を預ければ、搭乗がスムーズになり、定時運行や空港・機内の混雑緩和に大きく貢献できる点を強調したい
<p>【座長】 追手門学院大学 岡田教授</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・途中軌道修正はあったものの、実証を通じて次につながる重要な示唆が得られた大きな一歩であった。本事業を通じて得られた資産は、今後の情報集約に有効活用していくべきである。 ・手ぶら観光は利用者・地域・事業者の全てにメリット（ビジネスチャンス含む）があり、持続可能な観光地域づくりにつながるという共通認識を持つことが重要である。関西は近隣に未発掘の魅力的な地域が多いため、周遊促進のポテンシャルが高い。「手ぶら観光 関西モデル」を確立していきたい。
<p>【事務局】 近畿運輸局 後藤部長</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・3カ年の事業を通じ、手ぶら観光の満足度の高さや周遊・消費拡大効果がアンケート結果として傾向が示されたことが最大の成果である ・今後は飲食店や観光施設等への働きかけを強化するとともに、単に荷物を運ぶだけでなく、「手ぶらだからこそ行ける場所（使える場面）」を増やしていく視点が重要である ・会員登録の手間や時間制約に対する意見もあったが、確実な配送と安全確保のためには必要な手続きである。リピーターが多いのは日本のシステムへの信頼の証であり、安心と利便性のバランスを考慮しながら発信していきたい ・2030年の政府目標（インバウンド6,000万人・消費額15兆円）達成に向け、手ぶら観光は大きく貢献する。引き続き関係者と連携し、「関西発の新しい観光モデル」を構築していきたい