

近畿運輸局

2025年12月-2026年1月 手ぶら配送サービスを活用した実証実験

実施報告書

目指す
ゴール

関西における手ぶら観光の認知度向上

実施目的

① 実証サービス利用促進

手ぶら観光のメリットや利便性を具体的に発信。旅行者の興味・関心を引き出し、実際のサービス利用意向を高めることを狙う

② 手ぶら観光認知度の向上

実証サービスに限らず、日本全体の手ぶら観光サービスの認知度を向上させ、オーバーツーリズム解消への貢献を目指す

実施内容



① シームレスな荷物移動の実現

市中(ホテル・駅)での手荷物預かり、関西国際空港内の利用航空会社カウンター付近までのポーターサービス実施

② 販売整備

2つの配送パターンに分けて、販売窓口をそれぞれ設定。各予約先へ振り分けるための簡易LPも作成

③ プロモーション

チラシ等を大阪市内や関西国際空港にて配付。その他位置情報を活用したNAVITIME広告等を実施

④ 旅客の行動分析

利用者アンケートより、手ぶら観光による「消費」や「行動範囲」への影響を定量的に分析

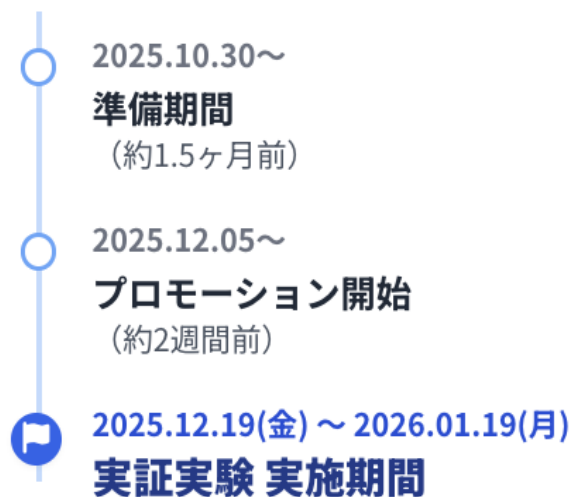
サービス想定利用者

関西国際空港 第1ターミナル国際線搭乗旅客
(インバウンド旅行者)

実施者

近畿運輸局 観光部 / 株式会社Onwords / 株式会社Airporter

スケジュール



【実施内容】 ① シームレスな荷物移動の実現

関西国際空港 臨時倉庫の活用



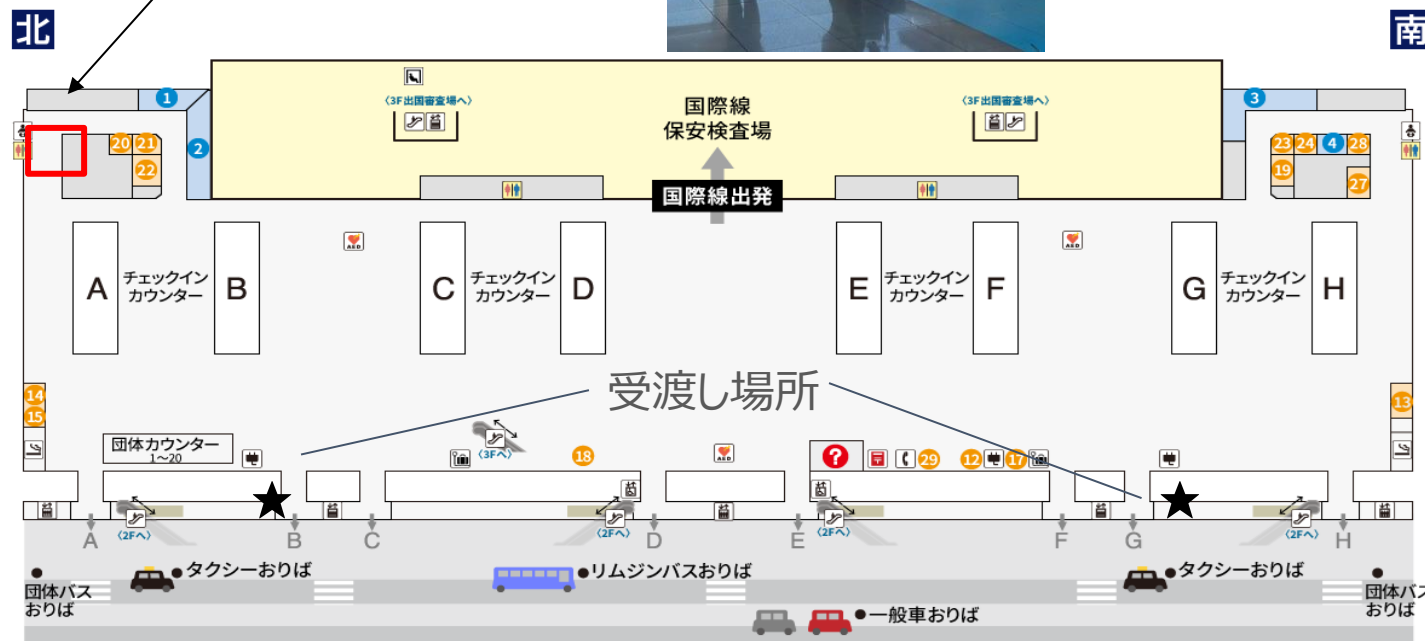
受入体制

- ・ **受渡場所の最適化**：事前チャットにて、利用航空会社のカウンターに近い場所をAirporter側で指定し、スムーズな誘導を実現
- ・ **説明内容の改善**：運用開始当初の「場所が分かりにくい」との指摘を受け、チャットでの説明方法（画像活用や文言等）を工夫し、利便性を向上

◀ nest関西空港駅から
関西国際空港への移動






◀ 利用者への
受け渡し



◀ 北側



◀ 南側

実施内容	実施サイト	スケジュール
OTA予約	<ul style="list-style-type: none"> ● Airporter <ul style="list-style-type: none"> ・ 配送パターン① 大阪・京都市内ホテルから関西国際空港まで ・ URL https://airporter.co.jp/ja/ ・ 価格（荷物1個あたり） 機内持ち込み1,870円、受託手荷物2,420円、規格外4,070円 ● WAmazing Play <ul style="list-style-type: none"> ・ 配送パターン② 南海なんば駅から関西国際空港まで ・ URL https://jp.wamazing.com/activity ・ 価格（荷物1個あたり） 全サイズ共通：2,500円 ・ 旅行者の動線把握 サービス利用者にGPSをお渡し ● 2社共通 <ul style="list-style-type: none"> ・ サービス利用者に対し、割引クーポン配布 ・ 取り扱い荷物は下記3種 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <p>機内持ち込みサイズ</p>  <p>～120cm</p> </div> <div style="background-color: #e74c3c; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <p>受託手荷物サイズ</p>  <p>～160cm</p> </div> <div style="background-color: #2980b9; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <p>規格外サイズ</p>  <p>～180cm</p> </div> </div>	<p>12/5(金)販売開始 ※実証開始2週間前</p>

カスタマージャーニーから考えたプロモーション

<p>ペルソナ (想定)</p>	 <ul style="list-style-type: none"> 30代～50代、夫婦もしくは家族連れ、訪日経験豊富、大阪・京都は複数回訪問済み 最終日に京都や大阪市内のホテルをチェックアウトし、夜の便で関空から帰国予定 最後の一日までアクティブに過ごしたい。グルメ好き、買い物好き 				
<p>検討フェーズ</p>	<p>興味・関心</p>	<p>情報収集</p>	<p>比較・検討</p>	<p>予約</p>	<p>知人に推奨</p>
<p>行動</p>	 <p>旅行情報サイトをチェック SNSでインフルエンサーの記事チェック</p> <p>イベントへ参加</p> <p>知人や家族と情報交換</p> <p>Webで検索</p> <p>旅行雑誌を読む</p>		 <ul style="list-style-type: none"> 主要目的地以外の周辺情報 費用の確認 お得情報 <p>知人やコミュニティと情報交換</p>	 <p>Webで検索 OTAで予約 クーポンの使用</p>	 <p>知人や家族と情報交換 SNSで旅の思い出を配信</p>
<p>思考</p>	<p>「最終日、重い荷物を持たずに関空まで行ける方法はないかな？」</p>	<p>「ホテルから送れるのか？いくらかかるのか？当日でも大丈夫か？」</p>	<p>「ロッカーに預けて戻ると、このサービスを使うのとどちらが効率的か」</p>	<p>「帰りは荷物が大変そうだ。このサービス使ってみよう」「安全に荷物は届くかな」</p>	<p>「すごく楽しかった！サービス内容も良い。友達にも教えよう」</p>
<p>活用コンテンツ</p>	<ul style="list-style-type: none"> SNS メルマガ META広告 空港サイネージ 位置連動プッシュ広告 	<ul style="list-style-type: none"> WEB特集ページ(広告流入先) 宿泊施設や観光案内所チラシ 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設や観光案内所チラシ 空港サイネージ 位置連動プッシュ広告 	<ul style="list-style-type: none"> 訪日OTA予約導線 クーポンキャンペーン 	<ul style="list-style-type: none"> クーポンキャンペーン

※実証実験のプロモーションは上記のようなカスタマージャーニーに従って計画を実施

プロモーション一覧

有/無償	実施内容	配布先	期間	結果報告
有償	チラシ	別紙	12/11～1/19	ホテル用QR 39件 駅用QR 20件
	ポケットティッシュ	別紙	12/11～1/19	ホテル用QR 8件 駅用QR 7件
	メルマガ配信	WAmazing会員	12/5～1/19	配信数／開封数／CTR TW : 84,859／36,154／0.01% EN : 16,975／8,492／0.03%
	META広告		12/25～1/18	別紙
	NAVITIME広告		12/26～1/18	別紙
無償	メルマガ配信	Airporterオフィシャル LINEメッセージ配信	1/9配信	配信数／開封数／クリック数／CTR 1000／598／24／0.024%
	サイネージ	大阪府（関空）	12/19～1/20	QR 0件
		大阪市（大阪市内19基）	12/19～1/19	QR 3件
	SNS発信	京都市観光協会（FB）	12/19投稿	-
		Airporter（FB・IG）	12/21投稿	FB:閲覧数318／クリック数32／CTR0.1% IG : 閲覧数587／リーチ273／インタラクション7

※上記プロモーションと併せて、サービス情報の一覧化のため簡易LP作成、計測も実施

チラシ掲示・ティッシュ配付等

デザイン

- 内容:** 笑顔の外国人旅行者（アジア系）が大阪・京都の観光地で手ぶらで楽しんでいる様子
- 様子:** 明るく開放的、楽しそうな表情、ポップ × シンプル × 旅行気分を高揚させるデザイン
- 訴求:** ユーザー体験価値をダイレクトに訴求

▼作成チラシ



空手輕鬆遊, Drop Your Bags, Explore Kansai!
觀光更自由!

從大阪市/京都市機場, 行李一手包辦!
Leave your luggage with us as you travel from Osaka/Kyoto → Airport!
期間限定運費 Limited Time Offer
50%OFF
2025.12.19-2026.1.19

- 購物血拼更開心! Shop without limits!
- 吃美食觀光自在行 More Time for Sightseeing & Food!
- 凱旋走快活無負擔 Travel Stress-Free
- 旅遊回憶僅存 Leave more room for memories

服務區域: 大阪市內・京都市內(部分區域)的飯店 / 關波站至關西國際機場
Osaka/Kyoto (partially) Hotels or Namba Sta. → Kansai International Airport

費用: 一般行李 約2,000日元起 From around JPY 2,000
隨時優惠, 5折配送服務! Get delivery at 50% off for a limited time only!

ターゲット

関西国際空港を利用するアジア圏旅行者、SNS世代、ファミリー層

設置数

次ページ参照

服務內容 Service Details

使用流程 How to Use

- STEP 1 申請** Make a reservation
- STEP 2 寄送行李** Hand over the luggage
- STEP 3 空手觀光** Travel hands-free
- STEP 4 機場領回** Pick up at the airport

服務區域 Service Area

- 大阪市內的部分住宿設施
Hotels in Osaka City
- 京都市內的部分住宿設施
Select hotels in Kyoto City
- 南港關波站樓合
Nankai Namba Station Counter
- 南海難波站之樓
Nankai Namba Sta. 2F In front of the Central Ticket Gate (outside the gate)

服務詳情 Service Details

- 飯店: 當天09:00前寄送→當天16:00-20:30於機場領取即可 ※預約時間最遲至前一天23:00截止
Hotel: Drop by 9 AM → KIX Pickup 4:00-8:30 PM (Same Day)
*Reserve by 11PM the day before
- 難波站: 當天12:00前寄送→當天16:00-20:30於機場領取即可 ※預約時間最遲至前一天12:00截止
Namba Sta.: Drop by 12 PM → KIX Pickup 4:00-8:30 PM (Same Day)
*Reserve by 12PM the day before
- 行李尺寸限制: 長寬高三邊總長不超過180cm, 重量不超過30kg
- Up to 180cm for suitcase / up to 30kg
- Up to 5 items per reservation

費用 Price

滿額LINE等應用程式買旅客聯票, 在機票款客抵運費, 會於關西國際機場第1候機樓4樓出境大廳A櫃位處附近, 再行李交收處。
International Departure Floor, 4F of KIX Terminal 1 (Near the ★ Mark). You will communicate with staff via LINE or other messaging apps.
*使用服務後, 配合填寫問卷。
*Provide feedback after using the service.
*一次最多可受理5件行李。
*Up to 5 items per reservation.

行李領取地點 Pick-Up Location

將透過LINE等應用程式買旅客聯票, 在機票款客抵運費, 會於關西國際機場第1候機樓4樓出境大廳A櫃位處附近, 再行李交收處。
International Departure Floor, 4F of KIX Terminal 1 (Near the ★ Mark). You will communicate with staff via LINE or other messaging apps.

注意事項 Notes

- 酒店/車站櫃位, 行李可隨時取回, 恕不保留。
- *Please note that reservations may be assigned due to capacity limitations.

實際事業者: 股份有限公Airporter, 股份有限公Onwards
Operating entity: Airporter, Inc., Onwards, Inc.
本計畫係由關西運輸局與實路之實証實驗。
This is a Demonstration Project by the Kansai District Transport and Tourism Bureau.

如有查詢 / For inquiries: chikireneki@onwards.co.jp (Onwards, Inc.)

▼ポケットティッシュ



空手輕鬆遊, Drop Your Bags, Explore Kansai!
觀光更自由!

最後一天也要玩到盡興
Enjoy Every Moment of Your Last Day

飯店收件 Hotel Pick-up
難波站收件 Namba Sta. Pick-up

2025.12.19-2026.1.19 運費/Delivery Fee 50%OFF!!

チラシ掲示・ティッシュ配付等

※赤字 追加施策

設置先		チラシ部数	ポケットティッシュ部数
<p><チラシ配付先></p> <ul style="list-style-type: none"> ・リーガブレイス肥後橋 ・ホリデイ・イン大阪難波 ・からくさホテル大阪なんば ・グリッツプレミアムホテル大阪なんば ・ダイワロイネットホテル京都四条烏丸 ・スーパーホテル京都・四条河原町 ・天然温泉 蓮花の湯 御宿 野乃京都七条 ・宇治手ぶら観光カウンター <p><12/25追加配付></p> <ul style="list-style-type: none"> ・HIYORI HOTEL OSAKA NAMBA STATION ・相鉄フレッサイン 大阪なんば駅前 ・ホテルグレイスリー 大阪なんば ・ホテルロイヤルクラシック大阪 ・Welina Hotel ・なんばオリエンタルホテル ・APAホテル〈なんば駅東〉 <p>各50x8=400 追加配付：約400部</p> <p><ホテルコンシェルジュにチラシデータを案内></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホテルニューオータニ大阪 ・グランドプリンスホテル大阪ベイ ・リーガロイヤルホテル大阪 			
京都市観光協会	京都総合観光案内所「京なび」	3,000	500
大阪市	関西国際空港	3,000	250
大阪府・大阪観光局	大阪観光案内所	100	250
	新大阪観光案内所	100	250
	難波観光案内所	100	250
JR西日本	JR大阪駅・大阪観光案内所	200	
南海電鉄	南海なんば駅	200	250
	南海関西空港駅	400	250
	南海なんば駅付近の商業施設	300	
Osaka JOINER	なんばウォーク 3番街南通りB1	100	
近畿運輸局		200	
total		8,500	2,000

掲示先 ※一部

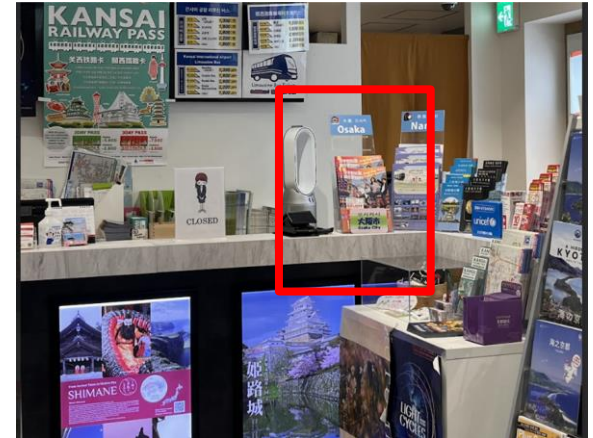
京都総合観光案内所（京都市観光協会）



関西国際空港（大阪市）



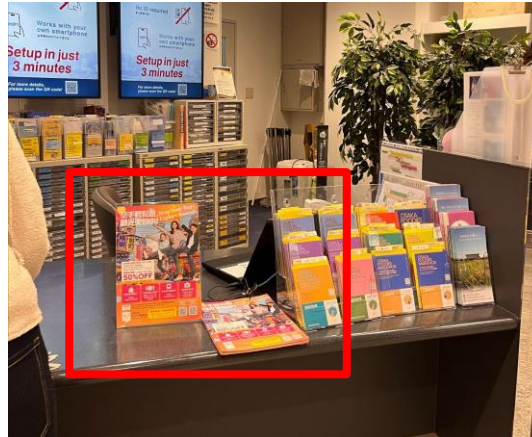
関西国際空港
ツーリストインフォメーションセンター（大阪府）



難波駅 観光案内所
（大阪府・大阪観光局）



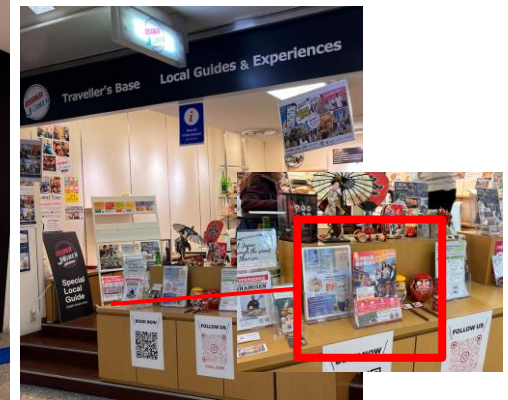
JR大阪駅 大阪観光案内所
（JR西日本）



南海なんば駅 nestなんば
（南海電鉄）

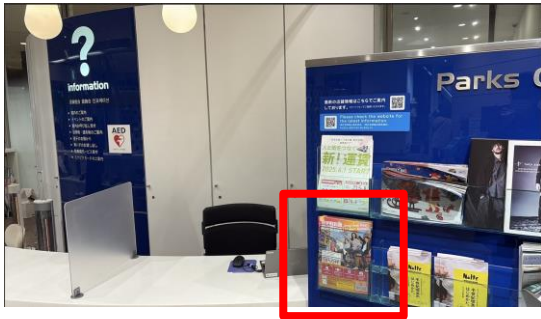


Osaka JOINER
（なんばウォーク）



掲示先 ※一部

南海なんば駅 関連施設（南海電鉄）
なんばパークスのインフォメーション及び免税カウンター、
なんばCITYのインフォメーションに掲示



京都市観光協会Facebook



大阪市内サイネージ（大阪市）



WAmazingメルマガ



META広告

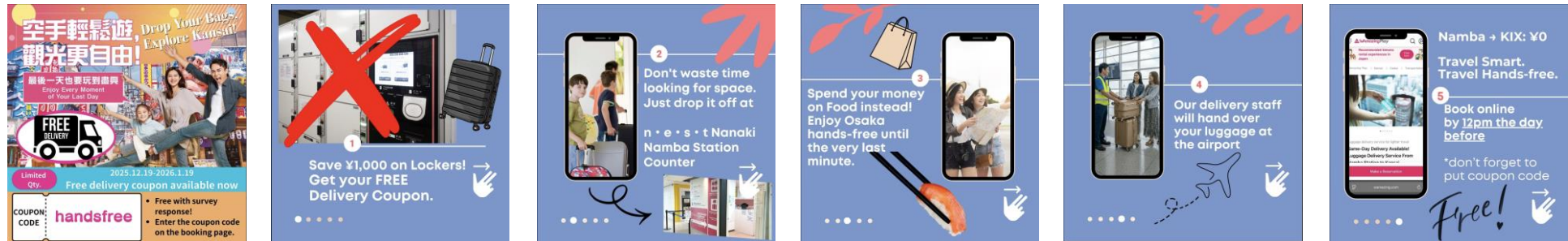
- ・ **選定理由**：難波 + 言語 + 年代 + 興味関心（旅行、買い物、日本など）でターゲットが絞れる

Google検索する層 < SNSアクティブ層（旅行中の情報発信者）に対する高いリーチと親和性と考えられるため

各言語予算配分	TW50% EN50%
ターゲティング	20-40代・男女・南海なんば駅、JR難波駅、大阪駅にいる人 興味関心：旅行・買い物・日本 言語：台湾繁体字、香港繁体字、英語
配信日	12/25-1/18
配信日数	25

リンク見出し	荷物配送が無料！ →
本文	最終日に荷物を持たない選択を！ 🧳 難波から関空への無料配送クーポンをGETしよう（12/19～1/19）。手ぶらでショッピングや食事を存分に！ ※本サービスは国の実証実験として期間限定で実施します。
リンクの説明	期間限定オファー

▼ 配信時画像（左より順にカルーセル） ※クーポンと手ぶらになることでのメリット訴求



- ① **クーポン**
- ② **コストメリットの提供**：コインロッカー（1,000円相当）に代わる無料クーポンの発行
- ③ **指定拠点での預かり**：荷物預かり所「nestなんば駅店」による利便性の提供
- ④ **観光体験の向上**：最終目的地までの手ぶら観光による顧客満足度の最大化
- ⑤ **空港への直接配送**：スタッフによる空港への直接搬送
- ⑥ **無料配送条件**：南海なんば駅発-関空着 ※前日正午までの予約

META広告

結果報告

インプレッション	リーチ	クリック	CTR (クリック率)	CPC (クリック単価)	フリークエンシー	エンゲージメント	リアクション	コメント	保存	シェア
209258	64045	1089	0.52041021	45.90725436	3.26735889	12412	13	0	0	0

配信実績の概要

リーチ数約6.4万に対し、1,089クリック（CTR 0.52%）

- META広告の旅行関係の平均値（約1.5～2%）と比較すると低水準 ※配送サービスとはカテゴリーが異なるため相対的な評価は留意が必要
- 商品ページへの流入全体の約43%を占めるが、平均エンゲージメント時間は「5秒程度」で離脱率も高い
→ クリエイティブから興味関心は引いたが、予約ページで提供される情報との乖離があった可能性が考えられる

今後の対策

① 多くの利用者の行動経路に沿ったオペレーション策定

広告文面に「なんば（難波）駅→関西国際空港」を記載したため、旅程にフィットしない旅行者の離脱が生じたと考えられる。主要エリアの複数の場所から預けられる仕組みを提示することで、より多くの旅行者へのアプローチにつながる。

② 簡易な予約・予約フローの改善

一般的に広告からの流入者は即時性を好むため、OTAの会員登録やチャットでのやり取りなど、成約に至るまでの心理的障壁を下げる必要があると考えられる。トップ画像でも予約ステップの簡易さをアピールするなど工夫が必要。

③ 手ぶらによる利用者の具体的なメリットを提示

旅マエに「便利そうだ」と思っても予約を後回しにしてしまう傾向がある。配送の便利さだけでなく、「最終日の自由時間が〇〇分増える」「最後にお土産をこれだけ買える」といった、手ぶらになることで得られる「具体的な旅のメリット」をより強調する。

NAVITIME

- ・ **選定理由**： なんば駅に到着した旅行者よりも関西到着直後の旅行者に対し、プッシュ通知を出せる、また手ぶら観光への親和性が高い電車利用者に対してリーチが可能

掲載期間	2025/12/26 - 2026/1/15	期間合計			
集計期間	2025/12/26 - 2026/1/15	imps	43,259	CTR	2.65%
言語	英語・繁体字・簡体字・韓国語	clicks	1,145		

	広告名	項目
1	位置情報連動プッシュ広告	掲載エリア：大阪駅（半径 1km）・関西空港（敷地内）
2	オープニングパネル	掲載エリア：大阪駅（半径 1km）・関西空港（敷地内）
3	乗換ターゲティングバナー	掲載駅：関西空港

▼プッシュ広告文章

title（最大20文字）	【数量限定】関西まで無料配送!
text（最大60文字）	難波→関西の荷物配送が無料！ 12/19-1/19限定。今すぐクーポンGET!

▶乗換ターゲティングバナー



▼バナー掲出イメージ



NAVITIME

乗換ターゲットパネル	英語			繁体字			簡体字			韓国語			合計		
	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR
関西空港	14,251	41	0.29%	6,582	14	0.21%	868	5	0.58%	3,079	8	0.26%	24,780	68	0.27%
合計	14,251	41	0.29%	6,582	14	0.21%	868	5	0.58%	3,079	8	0.26%	24,780	68	0.27%

→CTR平均値

位置情報連動 プッシュ広告	英語			繁体字			簡体字			韓国語			合計		
	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR
関西空港	2,108	164	7.78%	803	64	7.97%	72	2	2.78%	954	96	10.06%	3,937	326	8.28%
大阪駅	6,532	357	5.47%	1,343	67	4.99%	147	5	3.40%	1,352	100	7.40%	9,374	529	5.64%
合計	8,640	521	6.03%	2,146	131	6.10%	219	7	3.20%	2,306	196	8.50%	13,311	855	6.42%

→かなり高い

オープニングパネル	英語			繁体字			簡体字			韓国語			合計		
	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR	imps	clicks	CTR
関西空港	553	21	3.80%	257	11	4.28%	28	1	3.57%	232	4	1.72%	1,070	37	3.46%
大阪駅	2,665	137	5.14%	780	27	3.46%	91	5	5.49%	562	16	2.85%	4,098	185	4.51%
合計	2,665	137	5.14%	780	27	3.46%	91	5	5.49%	562	16	2.85%	5,168	222	4.30%

NAVITIME

配信実績の概要

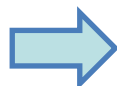
- ① 乗換ターゲティングバナーのCTRは他2件の広告と比較すると他事例と比較して平均的
『なんば（難波）駅発』という特定ルートのターゲットが、広告接触者全体に対して限定的であったためと推察
- ② 韓国語ユーザーのCTRが10.06%と極めて高い結果
韓国人旅行者は直感的・即時的なお得情報への感度が高く、『今、その場所にいる』タイミングでのプッシュ通知が非常に有効であることが証明される
- ③ 繁体字（台湾・香港）はプッシュ型の反応が良好
媒体特性（インフィード型との親和性）に合致した結果

言語・ターゲティング別の傾向

- ① 韓国語ユーザーの反応
位置情報連動プッシュ広告において、韓国語のCTRが10.06%と突出して高い結果
韓国人ユーザーは直感的でお得な情報への感度が高く、プッシュ型やクーポン訴求との親和性を示唆
- ② 繁体字ユーザーの特性
繁体字（台湾・香港）についても、一般的なバナーよりプッシュ広告への反応が高く、媒体特性に合致した傾向であると評価

今後の対策

- ① クーポン利用実績
広告を通じた認知獲得やクリック(サイト遷移)は一定数得られたが、実証期間中におけるクーポン利用実績無し
- ② 広告メニュー全体のCTR
一般的な数値と比較し、やや低い結果。配信時期・タイミングやクリエイティブでの訴求内容の最適化に改善の余地



低迷の要因として、特定ルート（難波発・関空着）と旅行日程の乖離に加え、予約期限（前日正午）や予約フローの煩雑さが利用障壁となったと推察

▼NAVITIME広告



GA4ユーザー行動分析 (WAmazing Play)

予約ページへの流入データについて、各予約サイトの保守情報もあり、WAmazing Play (なんば駅預け) の情報から分析

▼参照元ページ上位順

参照元	表示回数	ページビュー	平均エンゲージメント時間
meta / cpm	47.29%	1.09	5秒
(direct) / (none)	45.35%	1.28	7秒
google / organic	2.74%	2.53	1分30秒

※英語販売ページの情報
 ※ページビュー：ユーザーあたりページ内をスクロールした量
 ※NAVITIMEやLP (チラシ) はdirectで計測されている可能性が高い

▼検索キーワード

上位のクエリ	表示回数
大阪寄行李到関西機場	28
airporter	1
関西機場行李寄送	47
関西機場 行李寄送	25
関西機場 寄送行李	4
関西機場寄送行李	4

【Google検索 (Organic)】：量は少ないが、熱量は最大

流入は全体の約3% (繁体字販売ページでは10%) だが、滞在時間は平均「1分30秒」と突出
 → **自ら検索を行う「課題解決層」**は内容を熟読しており、成約に最も近い

この他にまたAI検索による流入も4件認められた

オーガニック検索者の滞在時間が長いことは、「荷物 + 場所」等の検索意図に対してサービス内容が合致している証拠であり、顕在層には効率よくアプローチできることを示唆

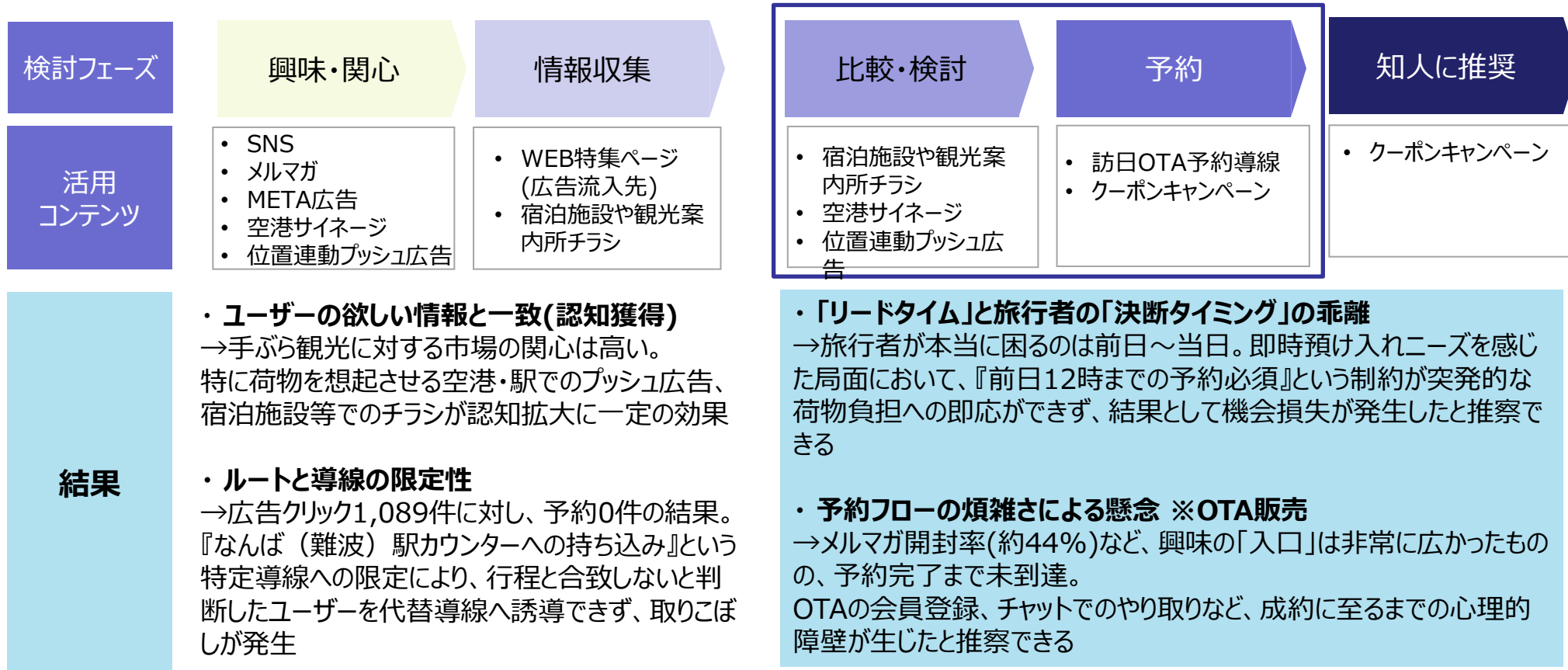
「キーワード検索」への対策 (リスティング/SEO) は、成約に直結する有効な手段と考えられる

媒体特性を活かした戦略



広告媒体	指標	特徴と今後の可能性
Meta広告（SNS）	CPC:45円	1クリック=約45円と安価。多くの人に「手ぶら観光」という言葉を広め、関心のきっかけを作る「種まき」として優秀
位置連動広告	CTR:2.65%	特に韓国人旅行者の10人に1人が反応（クリック） 「今、ここにいる人」の心を動かす力はナンバーワン
Google検索（自然流入）	CTR:0.54%	広告ではないが、滞在時間が最も長い。自分で「荷物 配送」と調べてくる人は、予約に最も近い「本気のお客様」

プロモーション施策の結果を受けて、不成約となった要因を分析



※クリエイティブについては、バナーやLPの各デザイン・文言・パターンの検証も、引き続き取り組みを行う必要がある
多言語併記ではなく各言語別でのアプローチや、デザインに掲載するモデルを複数設定する(家族連れ写真によるソコ層の乖離を防ぐ)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ことが重要である

【実証実験結果】 予約実績

		12/19(金)	12/20(土)	12/21(日)	12/22(月)	12/23(火)	12/24(水)	12/25(木)	12/26(金)	12/27(土)	12/28(日)	12/29(月)	12/30(火)	12/31(水)
パターン① ホテル預け	予約 件数	4	2	4	2	1	2	1	1	0	0	2	1	1
	荷物	10	7	12	7	4	5	2	2	0	0	5	2	3
パターン② 南海なんば 駅預け	予約 件数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	荷物	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

		1/1元旦	1/2(金)	1/3(土)	1/4(日)	1/5(月)	1/6(火)	1/7(水)	1/8(木)	1/9(金)	1/10(土)	1/11(日)	1/12(月)	1/13(火)
パターン① ホテル預け	予約 件数	3	2	1	2	3	0	3	1	1	1	2	2	0
	荷物	11	7	4	5	9	0	9	5	2	3	4	5	0
パターン② 南海なんば 駅預け	予約 件数	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	荷物	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

		1/14(水)	1/15(木)	1/16(金)	1/17(土)	1/18(日)	1/19(月)
パターン① ホテル預け	予約 件数	1	2	3	2	0	2
	荷物	2	6	7	2	0	5
パターン② 南海なんば 駅預け	予約 件数	0	0	0	0	3	0
	荷物	0	0	0	0	5	0

※ 1/ 18の 3件は同一人物の予約

配送 パターン	注文数	アンケート回収数
①	予約件数 : 52件 荷物個数 : 145個	回答者数 : 45件 有効回答数 : 44件 (1件離脱)
②	予約件数 : 4件 (うち3件は同一人物) 荷物個数 : 7個	回答者数 : 1件
total	予約件数 : 56件 荷物個数 : 152個	回答者数 : 46件 ※回収率 : 82%

【実証実験結果】 予約実績

配送パターン①② 合計値 ※サイズ別

	12/19 (金)	12/20 (土)	12/21 (日)	12/22 (月)	12/23 (火)	12/24 (水)	12/25 (木)	12/26 (金)	12/27 (土)	12/28 (日)	12/29 (月)	12/30 (火)	12/31 (水)
機内持込サイズ	0	2	2	2	1	0	0	1	0	0	1	0	1
受託サイズ	10	5	10	5	3	5	1	1	0	0	4	2	2
規格外サイズ	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0

	1/1 元旦	1/2 (金)	1/3 (土)	1/4 (日)	1/5 (月)	1/6 (火)	1/7 (水)	1/8 (木)	1/9 (金)	1/10 (土)	1/11 (日)	1/12 (月)	1/13 (火)
機内持込サイズ	2	0	2	5	4	0	1	0	0	1	1	2	0
受託サイズ	11	6	2	0	5	0	6	5	2	2	3	3	0
規格外サイズ	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0

	1/14 (水)	1/15 (木)	1/16 (金)	1/17 (土)	1/18 (日)	1/19 (月)
機内持込サイズ	0	2	1	0	0	0
受託サイズ	0	4	6	2	5	5
規格外サイズ	2	0	0	0	0	0

荷物の持込サイズ (Airporter規定)	預かり数
機内持込サイズ ※3辺 (縦・横・高さ) の和が120cm以内/30kg以下	31個
受託手荷物サイズ ※3辺 (縦・横・高さ) の和が160cm以内/30kg以下	115個
規格外サイズ ※3辺 (縦・横・高さ) の和が180cm以内/30kg以下	6個
合計	152個

アンケート設計

※本実証サービスの満足度評価の設問に加え、手ぶら観光サービスの一つであるインタウンチェックインサービスの利用意向や支払意向に関する設問も聴取

検証ポイント

- ① 「荷物を持たずに観光できる」ことへの価値評価
- ② 観光行動の自由度向上に伴う、利用者の体験満足度や、観光消費行動の変化
- ③ 安全性、信頼性が担保された場合の適正な支払い意欲（価格感度）
- ④ 手ぶら観光サービス（インタウンチェックイン含む）への需要度

調査対象者

本実証実験サービスをご利用いただいたお客様 ※1組当たり1回答

主な調査カテゴリ

- ① 利用者属性（Q1-6）
- ② 利用前の意識（Q7-8）
- ③ 本サービス利用に関する評価、支払い意向（Q9-12・18-21）
- ④ 本サービス利用による行動や消費変化（Q13-17）
- ⑤ 今後の利用意向、推奨度、手ぶらによる利便性（Q22-30）
- ⑥ 自由意見（Q14・17・21・27）

設問数

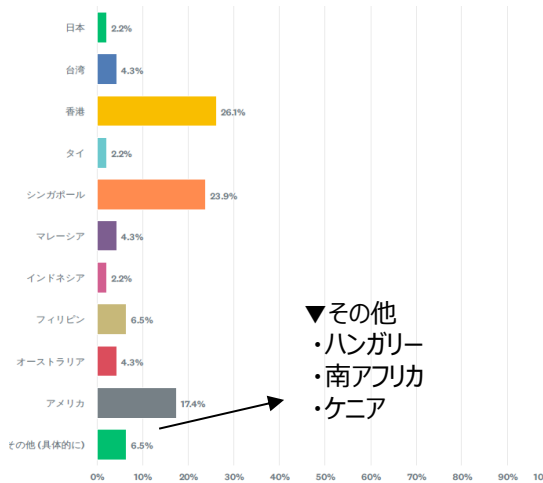
30問

回答フロー

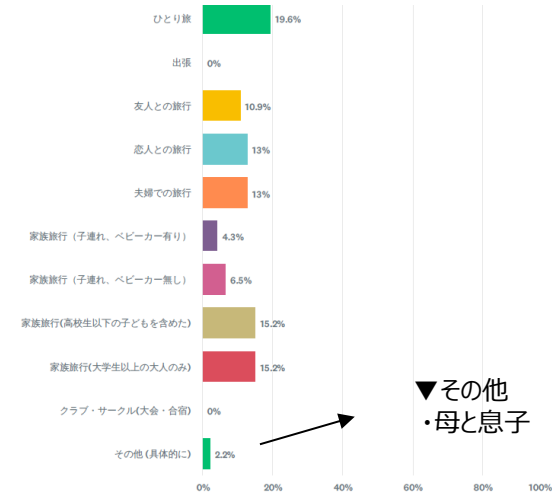
- ① 空港での荷物受け渡し完了後（サービス利用終了後）、Airporterスタッフよりコミュニケーションツールにて、利用者へアンケート回答フォームを送付
- ② インセンティブ付与により、サービス利用後3日以内の回答を促進
- ③ 未回答者へはAirporterスタッフにて定期的にリマインドを実施

回答した人の数：46 スキップ数：0

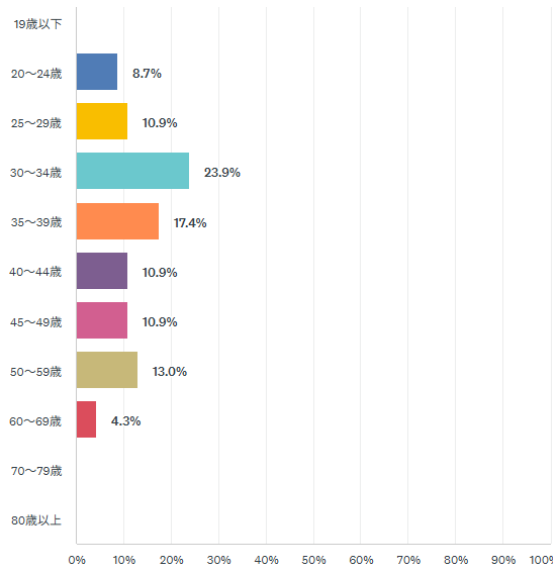
Q1: あなたの居住国／エリアを教えてください



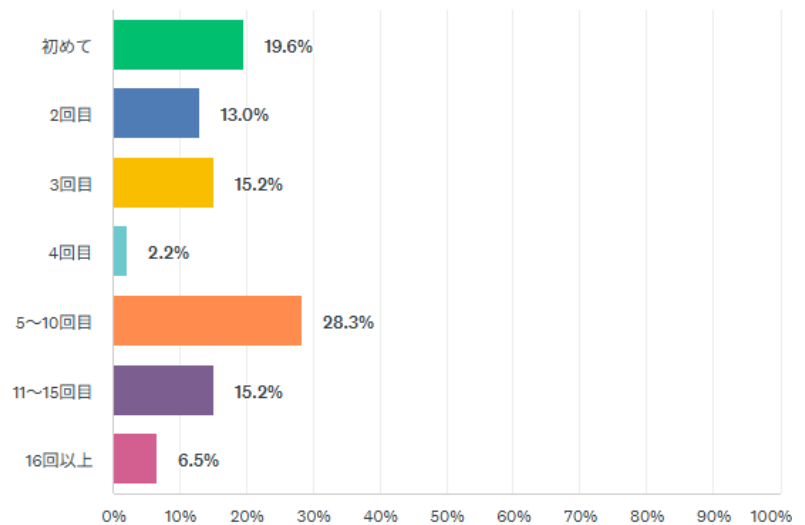
Q3: 同行者形態について教えてください



Q2: あなたの年齢を教えてください

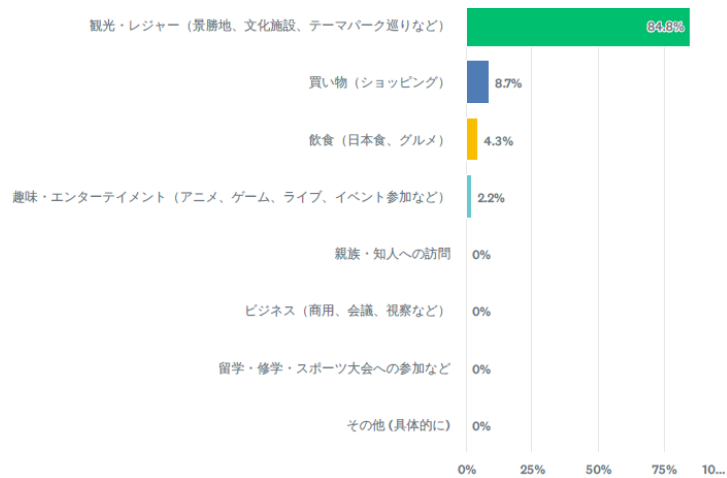


Q4: 日本への来訪回数を教えてください

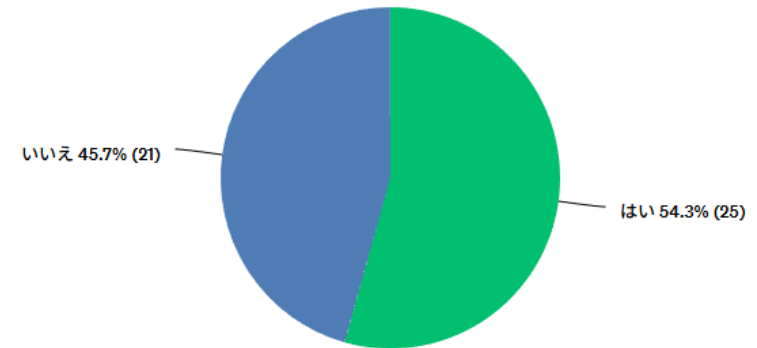


回答した人の数：46 スキップ数：0

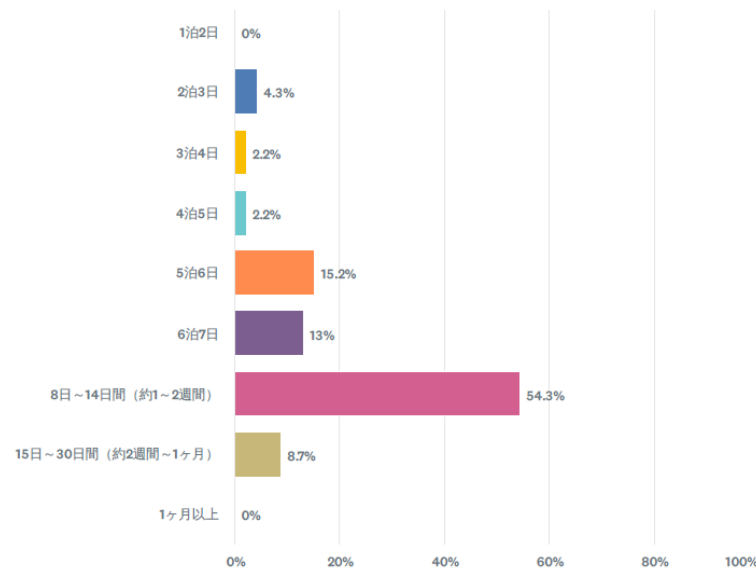
Q5: 日本への来訪目的を教えてください



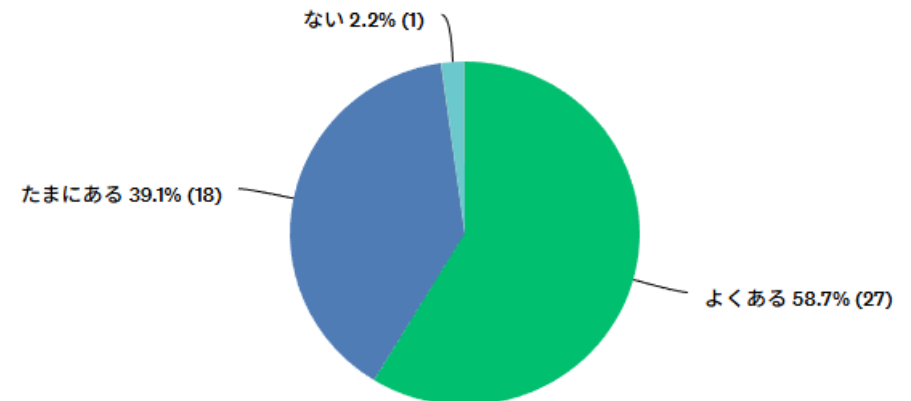
Q7: これまで、日本国内で「荷物預かり」や「空港配送サービス」を利用したことがありますか？



Q6: 滞在期間を教えてください

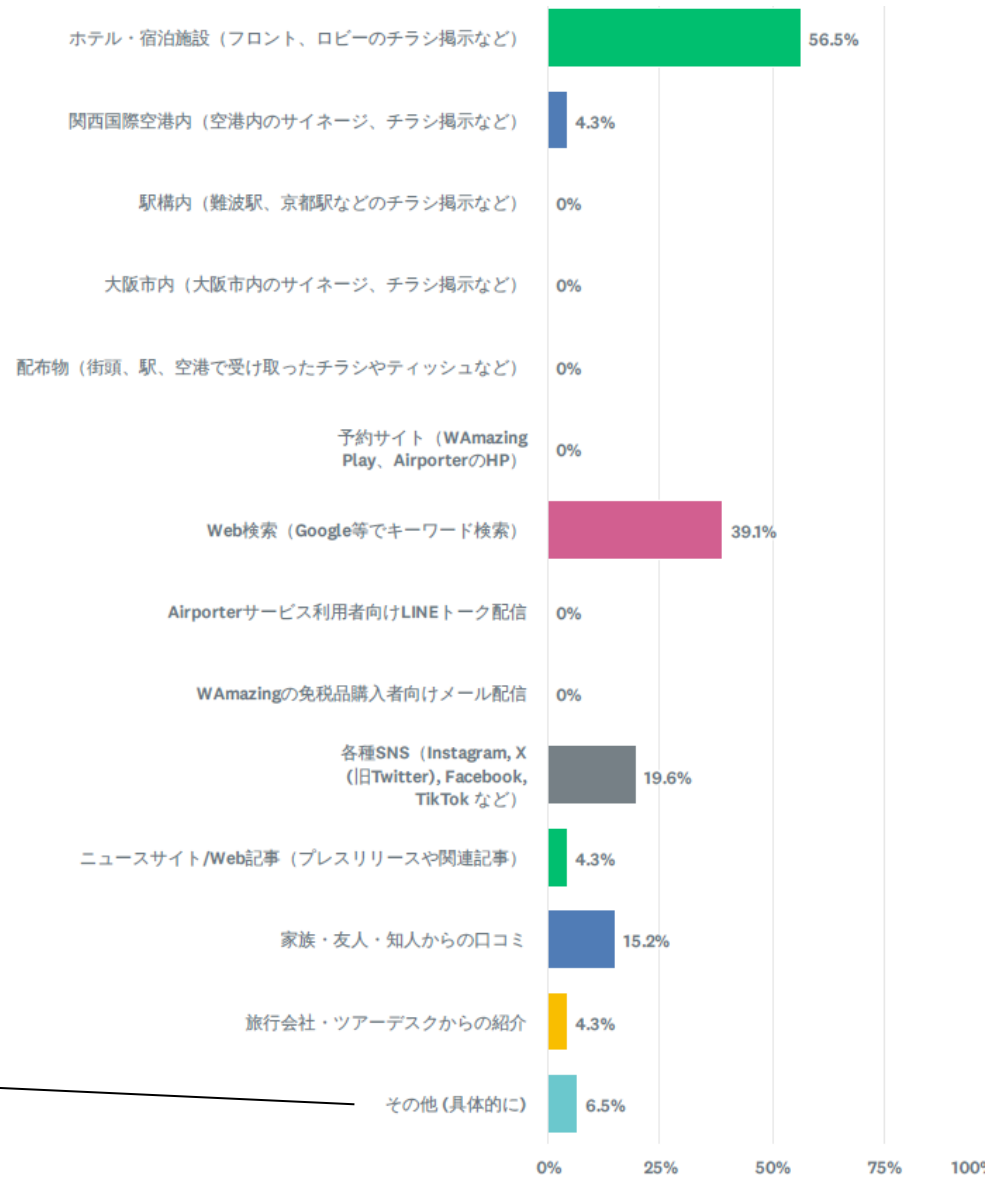


Q8: 旅行中に「荷物の多さ・持ち運びの負担」を不便だと感じたことがありますか？



回答した人の数：46 スキップ数：0

Q9: 今回のサービスをどこで知りましたか？ (複数回答可)



▼その他

- ・東横INNのウェブサイトから
- ・Klook
- ・通り過ぎた難波のお店



Q10: ①旅行中に携帯している大きい荷物はいくつありますか？

②そのうち、いくつの荷物を預けましたか？

※回答例：①●個（旅行中携帯荷物数）、②個（預け荷物）

①6個（手荷物として携帯） ②3個（配送）	①5個 ②うち3個はこのサービスで預け入れ
①機内持ち込み手荷物1個 ②旅行中の預け荷物1個	①6 ②4 (2 預け荷物& 2 機内持ち込み荷物)
①大型手荷物3個 ②大型手荷物3個全て	①3 ②そのうち2個預け荷物
①大型手荷物3個と機内持ち込み手荷物4個 ②大型手荷物3個と預け荷物1個をこのサービス利用	①4 ②4
①機内持ち込み手荷物1個 ②預け荷物1個。このサービスで預け荷物1個を送りました。	①4 ②4
①旅行中の受託手荷物2個と機内持ち込み手荷物2個 ②旅行中の受託手荷物2個	①4 ②3
①中型手荷物1個と機内持ち込み手荷物4個を持っていました ②中型預け入れ手荷物1個について、このサービスを利用しました。	①4 ②3
①預け荷物2個と機内持ち込み手荷物1個 ②これら3個の荷物でこのサービスを利用した	①4 ②4
①1名につき受託手荷物2個まで ②私は両方の荷物にこのサービスを利用しました	①3 ②3
①機内持ち込み手荷物1個、旅行中の受託手荷物1個 ②エアポーターに預けた受託手荷物1個	①3 ②3
①大型手荷物2個と機内持ち込み手荷物3個 ②全てがこのサービスに含まれている	①2 ②2
	①1 ②1

▼上記有効な回答のみ掲出

有効回答数：23サンプル（①旅行中携帯荷物数・②預け荷物数の両方が回答されているものを有効回答とする）

①旅行中携帯荷物数：83個 ②預け荷物数：62個

・1グループあたり平均荷物数：3.6個

・預け荷物平均個数：2.69個

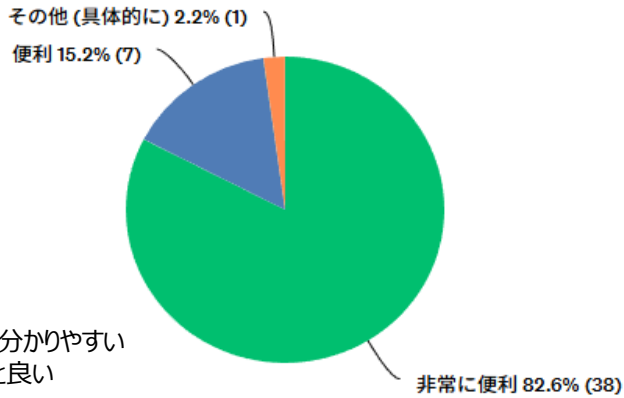
・預け入れ率：74.6%

・利用者は旅行中に携帯していた荷物のうち、75%を本サービス活用し荷物を預けて行動している

・多くの利用者は持参している荷物の大半を預けたうえで行動しており、荷物を軽減すること自体よりも、観光や移動における行動制約を減らし、自由度を高めたいという意向が背景にあるのではないかと推察される

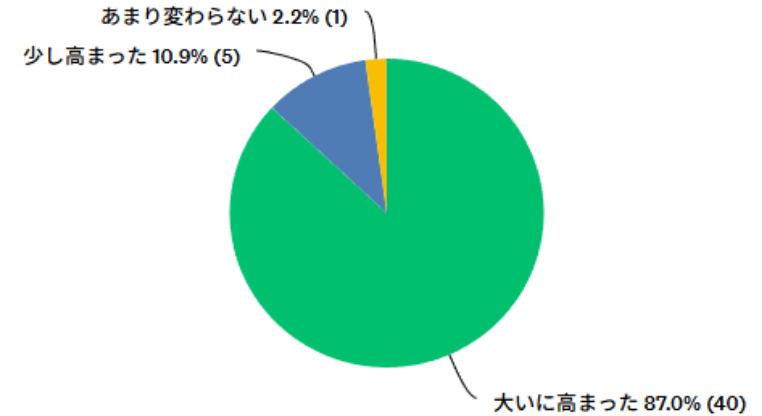
回答した人の数：46 スキップ数：0

Q11: 今回の試験的サービス（街中での荷物預け→
→ 空港の航空会社カウンター付近での受取）は、
旅行者にとって便利なサービスだと感じますか？

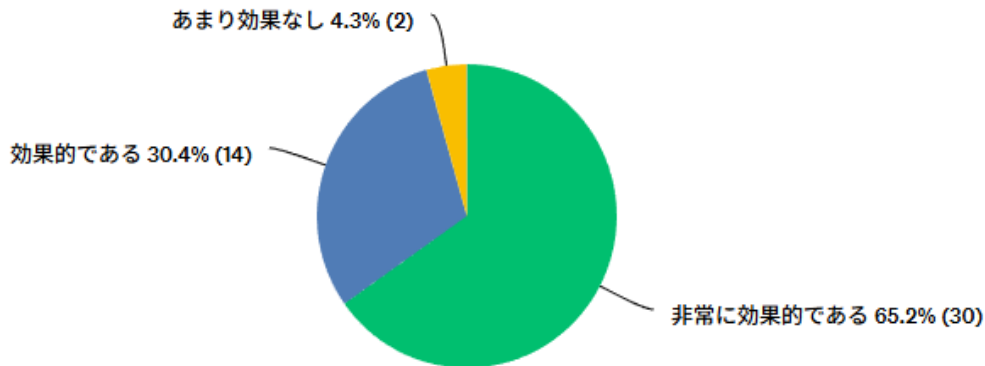


▼その他
便利だがもう少し分かりやすい
表記や説明があると良い

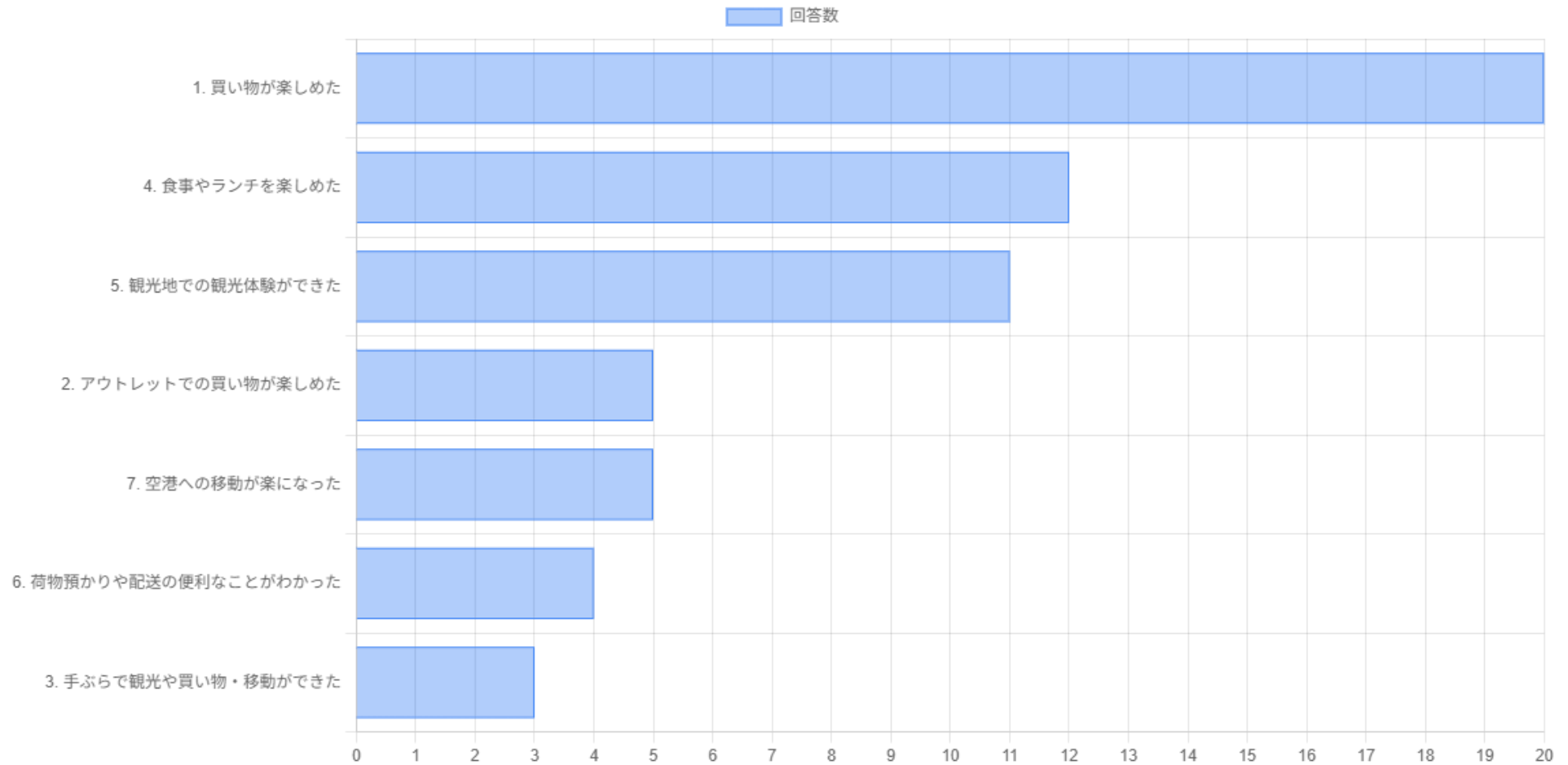
Q13: 今回のサービスを利用して、
観光や移動の自由度は高まりましたか？



Q12: 今回の試験的サービス（街中での手荷物預け →
→ 空港の航空会社カウンター付近での受取）は、
空港での混雑緩和対策、待ち時間緩和に効果的だと感じますか？



Q14: 手ぶらで行動できたことにより、予定していなかった過ごし方（観光・買い物・飲食など）はできましたか？
→自由回答のコーディングを実施



Q14: 手ぶらで行動できたことにより、予定していなかった過ごし方（観光・買い物・飲食など）はできましたか？
手ぶらで行動できたことによる、具体的な過ごし方（場所や内容）と滞在時間を教えてください
（回答例：大阪城 ●時間、心齋橋の買い物 ●時間、道頓堀で食事 ●時間）

11:00にチェックアウトした後、OSA Coffeeで食事1時間、大阪天満宮で観光1時間、天神橋筋商店街で買い物2時間を楽しんでいた。
ホテルに荷物を預けておけて、空港まで運ばれるので、大阪駅周辺で最後の買い物ができてよかった
心齋橋で買い物
買い物と食べ歩きを千日前と心齋橋で手ぶらで5時間ほど楽しめた
買い物をもっとすることができて、心齋橋で豪華なランチを取った。 10時から16時くらいまで、約6時間ほど
はい、もっと柔軟に観光ができて空港へも移動できた
道頓堀で食事と買物
難波と道頓堀で買い物、8時間
買い物と食事を梅田で7時間ほど。そこでゲームをすることもできた。
はい、心齋橋で買い物しながら自由に過ごせました
梅田で6時間ほど食事
はい。最終日はお土産を買ったり、梅田展望台を見学したりして過ごすことができました。
手ぶらで買い物
難波で買い物、日野橋で食事

Q14: 手ぶらで行動できたことにより、予定していなかった過ごし方（観光・買い物・飲食など）はできましたか？

手ぶらで行動できたことによる、具体的な過ごし方（場所や内容）と滞在時間を教えてください

（回答例：大阪城 ●時間、心齋橋の買い物 ●時間、道頓堀で食事 ●時間）

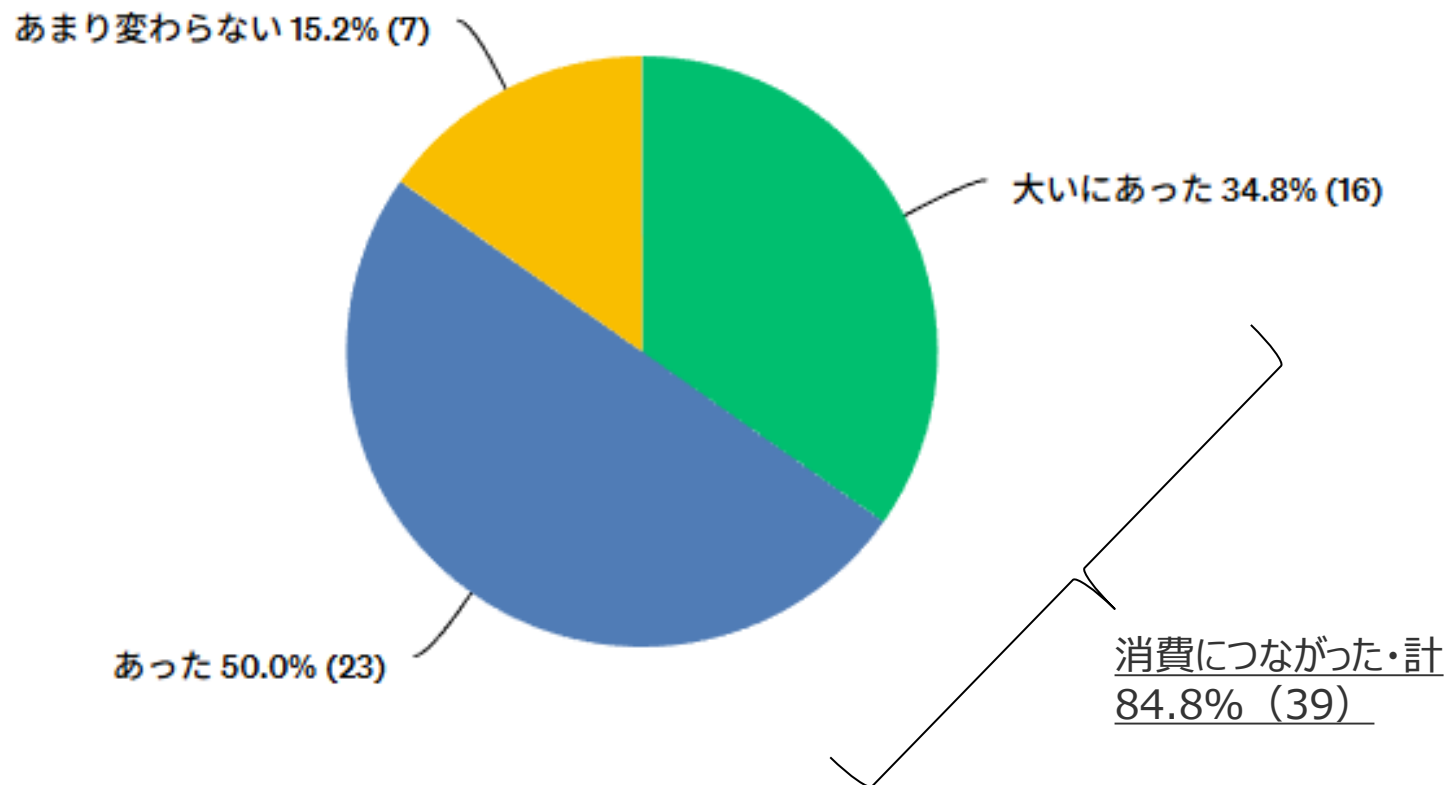
黒門市場で食事をして、日本橋で買い物をした。
食事、最終の買い物
はい、おかげで観光に一日余分な時間を確保できましたし、機内持ち込み手荷物だけで空港まで移動するのもずっと便利でした。日本の鉄道には階段が多いのです。
はい
心齋橋に2時間半、道頓堀で食事に1時間
心齋橋で最後の買い物ができた
ホテルでゆっくり過ごせた。その後大阪城と温泉へ行くことができた。
いいえ
アウトレットに3時間滞在
はい、りんくうタウンで快適に楽に散策できました
心齋橋で買い物
はい、大きな荷物を運ばなくて済み、海遊館と道頓堀を訪問することができた
手ぶらになったので、搭乗の前に宇治を訪問した
心齋橋で買い物

Q14: 手ぶらで行動できたことにより、予定していなかった過ごし方（観光・買い物・飲食など）はできましたか？
手ぶらで行動できたことによる、具体的な過ごし方（場所や内容）と滞在時間を教えてください
（回答例：大阪城 ●時間、心齋橋の買い物 ●時間、道頓堀で食事 ●時間）

はい、買い物をしてランチを食べ、関空へ電車で向かいました。 このサービスの利用がなければ買い物はスキップしてエアポートシャトルを使っていたでしょう。
はい。京都のteamLabにも行って、予定より長い4時間も楽しめた。先に駅へ荷物を預けに行く必要がなかったので、とても便利だった。
空港近くのアウトレットで買い物
空港にスーツケースが届けられているのでほぼ1日追加で京都を観光できた。 大阪まで運ばなくていいし、ホテルや鉄道駅など京都のどこかに預ける必要もなかった
お正月に伏見稻荷大社へ2時間ほど参拝と観光に行くことができた。
りんくうアウトレットで買い物、10時間
はい
フライト前に、ショッピングや美味しいランチを待つ列に並ぶなど、より充実した時間を過ごすことができました
はい、アウトレットに楽に行けた
大阪城に3時間、プレミアムアウトレットで買い物を5時間
はい、最終日を買い物に使えた。道頓堀に4時間買い物と食事、りんくうプレミアムアウトレットに3時間
はい
旅の後半で2日ほどショッピングの時間が増え、パッキングのイライラも減った
フライト前に買い物をして、大きな荷物を押して歩く手間が軽減した

回答した人の数：46 スキップ数：0

Q15: 手ぶらで行動できたことにより、予定していなかった消費（観光・買い物・飲食など）はありましたか？

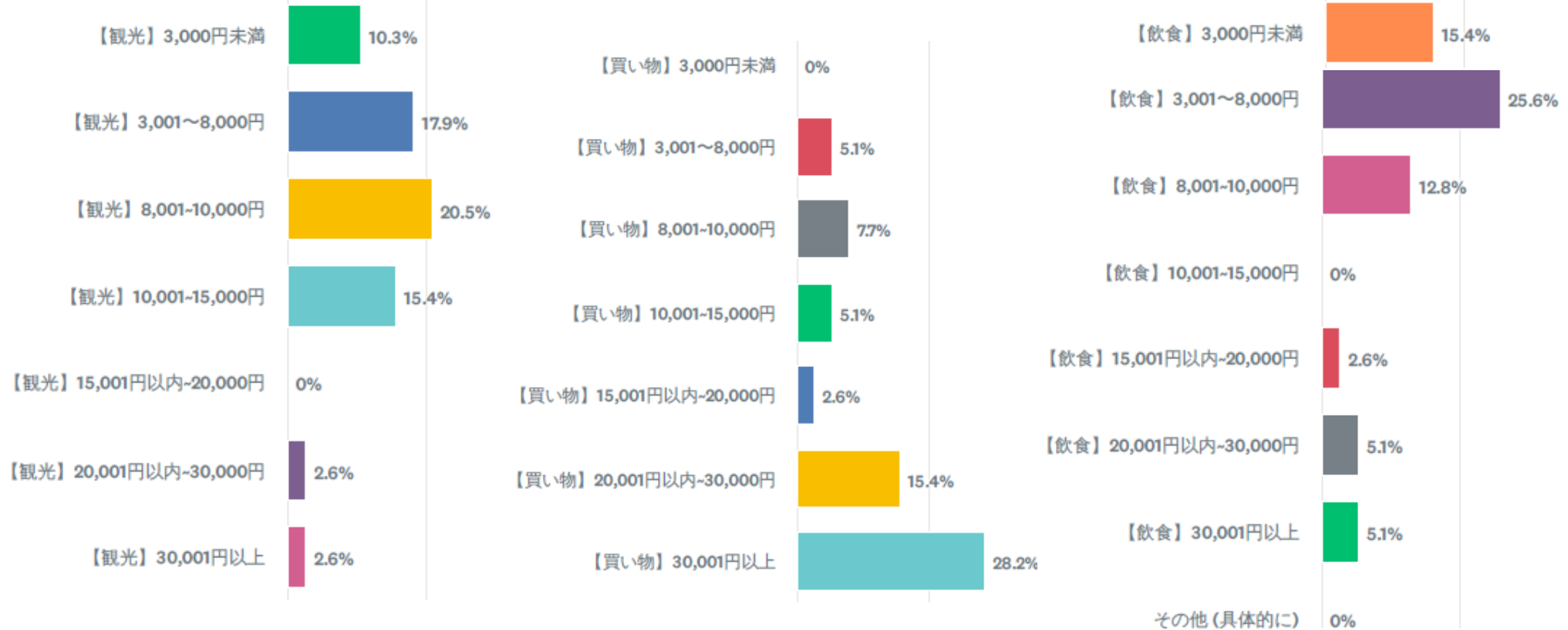


回答した人の数：39 スキップ数：7

Q16: 手ぶらで行動できたことによる、具体的な消費額を教えてください

※Q15: 手ぶらで行動できたことにより、予定していなかった消費（観光・買い物・飲食など）はありましたか？の設問で

「あった」とご回答された方にヒアリングを実施。追加消費のみに限定した設問ではないため、全体の消費額を含む可能性はあり



	観光 (回答数：27件)	買い物 (回答数：25件)	飲食 (回答数：26件)
1回答あたりの平均額	約9,315円	約24,620円	約9,481円

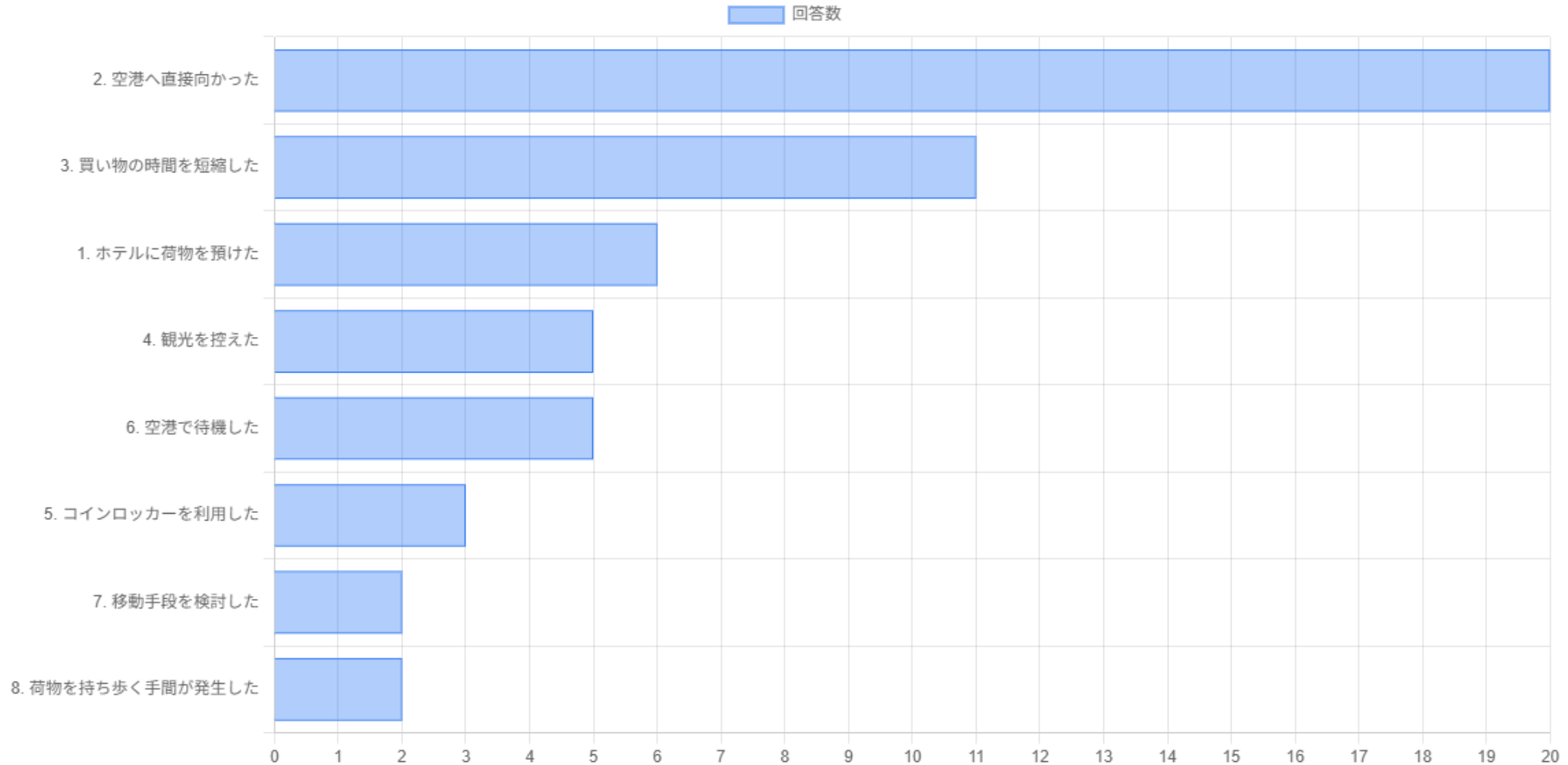
※各金額範囲の中間値を代表値（例：「3,000円未満は1,500円」「30,001円以上は35,000円」と仮定）として上記算出
 観光：合計251,500円÷回答数27件 買い物：合計615,500円÷回答数25件 飲食：合計246,500円÷回答数26件

Q17: 今回のサービスを、利用していなかったら、どう過ごす予定でしたか？

当初予定していた具体的な過ごし方（場所や内容）と滞在時間を教えてください

（回答例：立ち寄り観光する事なく空港へ直行していた、大阪城 ●時間、心齋橋の買い物）

→自由回答のコーディングを実施



Q17: 今回のサービスを、利用していなかったら、どう過ごす予定でしたか？
当初予定していた具体的な過ごし方（場所や内容）と滞在時間を教えてください
（回答例：立ち寄り観光する事なく空港へ直行していた、大阪城 ●時間、心齋橋の買い物）

空港へ直行していた。
空港へ直接行き、そこで待機
ホテルへ行って荷物を預けたりするのに時間を使ったり、買い物はせずに空港へ向かう
空港へ直接行く
パン屋で30分ほど過ごしてから直接空港へ向かう
空港へ直接向かった
駅でロッカーに荷物を預けた。しかし空港には早めに行かないといけなかっただろう
ホテルに荷物を預け、またホテルへ戻って荷物を受け取ってから空港へ向かう
何も変わらない
直接空港へ向かい、荷物預けサービスを利用し空港を散策
直接空港へ移動
空港でのチェックイン時間までカフェで過ごす
大阪で観光や買い物をし、他の都市へは行かなかった。さもないとコインロッカーから荷物を回収するために大幅に遠回りしなければならなかった。
観光のために立ち寄ることなく、そのまま空港へ向かった。
複数の駅で荷物を押して歩くことを考慮して、もっと早く空港へ向かっただろう。

Q17: 今回のサービスを、利用していなかったら、どう過ごす予定でしたか？

当初予定していた具体的な過ごし方（場所や内容）と滞在時間を教えてください

（回答例：立ち寄り観光する事なく空港へ直行していた、大阪城 ●時間、心齋橋の買い物）

元々は荷物を一度難波に預けてから天満宮へ1時間観光に行き、天神橋筋商店街で2時間買い物をして、また荷物を受け取りに難波まで戻る予定だった。

最終日は買い物も観光もできなかつたろう。ただそのまま空港へ向かっていただろう。

観光時間を短縮した。

荷物をホテルに預けて、3～4時間ほど買い物だけをした。

荷物をホテルに預けたまま昼食をとり、買い物はもうしなかつたろう。そしてもっと早く空港へ行き、出発時間までそこで待っていただろう。

ホテルの近くに留まり、目的地への移動により多くの時間を費やし、あまり歩き回らなかつた。

間違いなくそのまま空港へ向かい、より費用の高いUberを利用していただろう。

ホテルに滞在し、その後そのまま空港へ向かった。

心齋橋と難波エリアで買い物をした。

ホテルの近くでぶらぶらして過ごし、そのまま空港へ向かった。

そのまま空港へ向かう。

直接空港へ行く。

立ち寄ることなく、そのまま空港へ向かった。

手ぶらで買い物や食事ができ、空港への電車移動も便利だった。

Q17: 今回のサービスを、利用していなかったら、どう過ごす予定でしたか？

当初予定していた具体的な過ごし方（場所や内容）と滞在時間を教えてください

（回答例：立ち寄り観光する事なく空港へ直行していた、大阪城 ●時間、心齋橋の買い物）

ホテルグランヴィア大阪をチェックアウトし、空港シャトルかタクシーを利用して、買い物やランチはスキップしていただろう。

元々teamLabには2～3時間滞在する予定だった。

本来は、先に京都駅でコインロッカーを探し、荷物回収のために早めに切り上げて関西空港へ向かう計画だったが、このサービスを利用したことで、teamLabで予定より長い4時間もゆっくり楽しむことができた。

ホテルの近くで買い物。

京都から大阪まで電車で大きなスーツケースを運ぶ必要があった。

荷物を預け場所から回収しなければならぬため、大阪や京都を探索する時間は少なかった。

正月で多くの場所が閉まっているため今日では大阪に行くことは考えていなかったが、そうでなければ（配送サービスは）素晴らしい選択肢だった。

立ち寄り観光する事なく空港へ直行していた。

荷物をりんくうアウトレットまで運び、ロッカーに預ける。

もっと早く空港へ向かい、パッキングや計画により多くの時間を費やした。

全ての荷物を運び、駅までずっと歩く時間を確保するために、買い物は控えめにし、食事も適当なもので済ませていただろう。

旅行の最終日にアウトレットへは行かない。

アウトレットでの5時間や道頓堀での2時間の買い物をせずに、そのまま空港へ向かった。

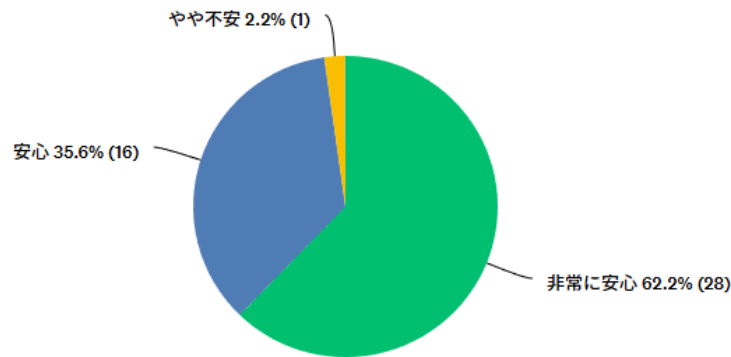
ホテルに預けてその辺で買い物をし、荷物を取りにホテルに戻らなければならない。

実際、買い物ができないので午前便に決めてしまうかもしれない。そのまま空港へ向かう。

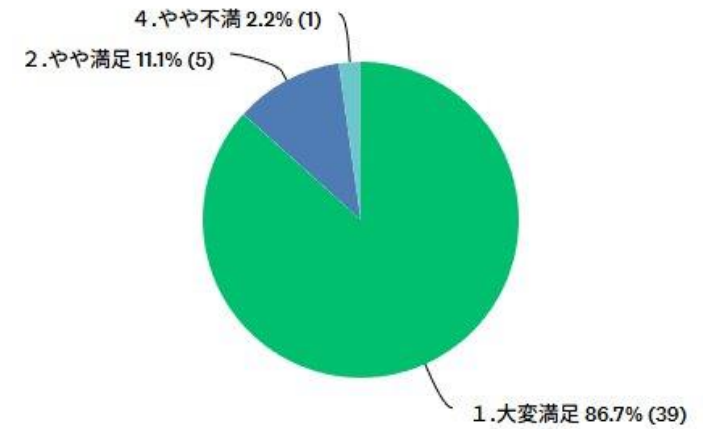
出発直前までパッキングにかなり長い時間を費やした。

回答した人の数：45 スキップ数：1

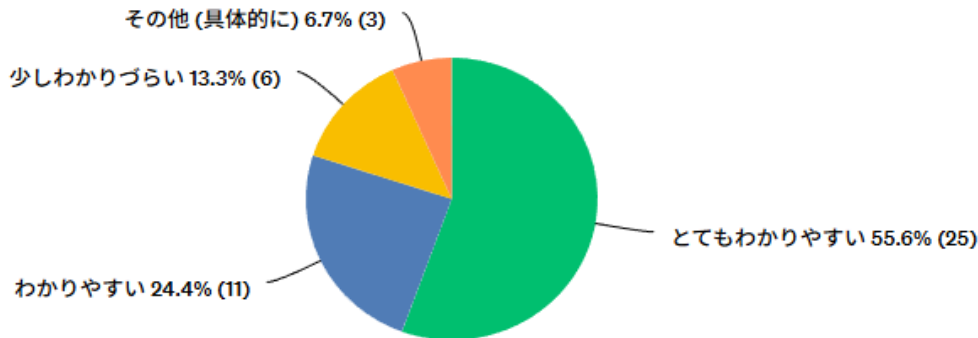
Q18: 日本の手ぶら観光配送サービスの信頼性、安全性のイメージを教えてください



Q20: 今回のサービスの満足度を 5段階評価で教えてください



Q19: サービスの案内・受付場所の分かりやすさはいかがでしたか？



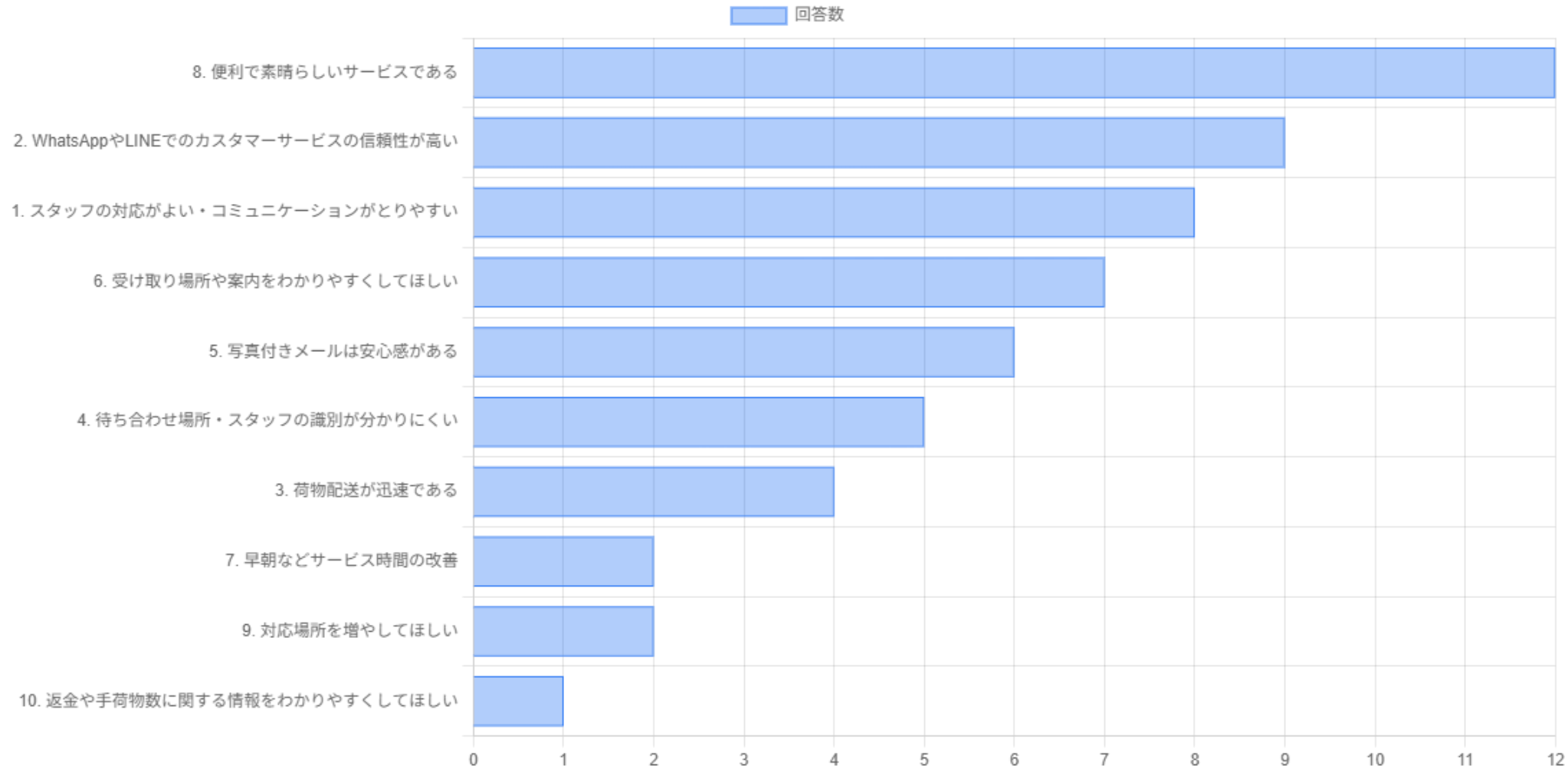
▼その他

- ・見つけるのは比較的簡単だった。でも場所を移動する際に迷ってしまったので、もっと時間が必要だ
- ・今回は受付エリアを探す必要はありません。チェックインカウンター近くでスタッフの方と会うだけです。それが良かったです。
- ・オンラインで予約済み

Q21: 前項でご回答された理由を教えてください（今後改善してほしい点・良かった点等あれば、併せて教えてください）

回答例：改善してほしい点：●、良かった点：● など

→自由回答のコーディングを実施



Q21: 前項でご回答された理由を教えてください（今後改善してほしい点・良かった点等あれば、併せて教えてください）

回答例：改善してほしい点：●、良かった点：● など

待ち合わせ場所はaやbといった情報ではなく明確に示して欲しい。例えばGとHカウンターの間で待ち合わせするなど。また待ち合わせ場所の写真も提供して欲しい。
待ち合わせ場所が以前のようにカウンターでないので、少々混乱した
もうすこしはっきりした指示があると良い。示された関空の地図は最新のものではなかった
コミュニケーションがとてもオープンで、早かった。 使いやすいサービスだし、親しみやすかった！
とても便利で、見つけやすかった
ターミナル2にも同様のサービスが欲しい
とても便利で簡単に見つけられた。チャットのスタッフは迅速でコミュニケーションもしやすかった。
Airporterの緑色のベスト（無地）を着たスタッフをピックアップポイントで見つけるのは簡単ではありませんでした。実際、荷物を確認した瞬間に彼がそのスタッフだと分かりました。 識別しやすいよう、ベストに「Airporter」と表示するか、会社名を印字することをお勧めします。
スタッフが事前に案内された場所とは別の場所で待機していた。最初はカウンターもスタッフも見当たらず、少し不安になった。
良かった点：スタッフが荷物の引き渡しのために待っていてくれたことに驚いたし、とても嬉しかった。
荷物の預かりと配送の際にその都度連絡をいただけたので、とても安心できた。 荷物を受け取る際も、スタッフの方が既に待っていてくださり、親切な対応にとっても感謝している！
荷物運搬の情報が即座に更新されたため、このサービスは信頼できると感じた。
対面での待ち合わせの際スタッフが看板を持っていなかった。自分の荷物らしきものがないか探しこちらから声をかける必要があった。混雑時は非常に難しいと思う。
改善すべき点は何もありません。素晴らしいサービスだと感じました。

Q21: 前項でご回答された理由を教えてください（今後改善してほしい点・良かった点等あれば、併せて教えてください）

回答例：改善してほしい点：●、良かった点：● など

沖縄から来たため、既に空港で荷物を1つ預けており、残りの荷物だけのサポートが必要でした。買い物をしたので、空港で荷物をパッキングしなければなりません。空港での待ち合わせ場所として2つの選択肢を提供することを提案します。1つ目は、搭乗便のチェックインカウンター付近です。フライト詳細を確認していただき、チェックインカウンター位置を把握した上で、より個別対応したサービスを提供していただけると助かります。そうすれば目的地に近い場所で待ち合わせられます。観光に行く場合はこの方法を選択します。2つ目は手荷物再梱包エリア付近です。買い物をしたので手荷物の再梱包が必要でした。補足：空港へ送る手荷物の数を減らした場合、返金不可であることは承知しています。ただし、支払いを確定する前に「手荷物の数削減不可」という情報を明示していただけると助かります。

良かった点：配送時間が予想よりも早かった。

写真付きのメールのおかげで心配がなく、空港到着前に自由に買い物を楽しめた。

全てがスムーズで手間いらずで非常に良かった。配送状況についてもメールでアップデートが届いた。特にWhatsAppのカスタマーサービスは信頼でき、効率的だった！

指定された場所で担当者を見つけるのに最初は混乱し、サービスカウンターへ行ってしまった。

改善点：受け取り場所の正確な位置や写真をもっと提供してほしい。

ただ素晴らしい。まさに望んでいた内容だった

スタッフが事前に案内された場所とは別の場所で待機していた。最初はカウンターもスタッフも見当たらず、少し不安になった。

良かった点：スタッフが荷物の引き渡しのために待っていてくれたことに驚いたし、とても嬉しかった。

WhatsAppでの英語によるコミュニケーションが良好だった。

不安もあったが、LINEでのやり取りのおかげで安心できた。

移動時間は確保していたが迷ってしまった。対面での待ち合わせよりも、空港内にカウンターがある方が分かりやすい。

Q21: 前項でご回答された理由を教えてください（今後改善してほしい点・良かった点等あれば、併せて教えてください）

回答例：改善してほしい点：●、良かった点：● など

非常に満足。連絡が明確で、写真などで状況が更新されたのでストレスが解消された。

良かった点：空港のスタッフの方が鮮やかな緑色のベストを着ていたのも、とても見つけやすかった。

改善して欲しい点：よくある質問（QA）や予約確認ページに、スタッフが着用しているベストの色などを事前に記載してもらえると、迷わずよりスムーズに見つけられると思う。

とても便利でいいサービス内容だった

WhatsAppでのやり取りはとても安心できる。

ユナイテッド航空のカウンターのすぐ近くまで荷物が届いたのは、まるでファーストクラスで旅をしているようだった！

荷物の写真もとても安心感があった。

改善して欲しい点：荷物配送サービスの詳細な流れや受け取り場所について、動画での説明があると助かる。

良かった点：荷物の配送が予想以上に早く、助かった。

チェックインカウンターでの待ち合わせ時間は固定だが、交通機関の遅延で到着が遅れることもある。

荷物を受け取った際、スタッフはとても親切で助かりました。彼女のサポートに感謝しています。

コミュニケーションが円滑でした。レスポンスが早く、誠実な対応でした。

サービスは素晴らしく、ホテルのスタッフも親切でした。荷物の配送は時間通りで、すぐに見つけることができました。

素晴らしい体験でした。ホテル側も予約の更新情報を把握しており、スムーズに荷物を預けて空港まで届けてもらうことができました。

写真付きのメールのおかげで心配がなく、空港に到着するまで自由に買い物を楽しめました。

全てがうまく整理されており、チャットによるサポートも充実していました。

全てが非常に良かったです。特にWhatsAppでのカスタマーサービスは、非常に信頼でき効率的でした！

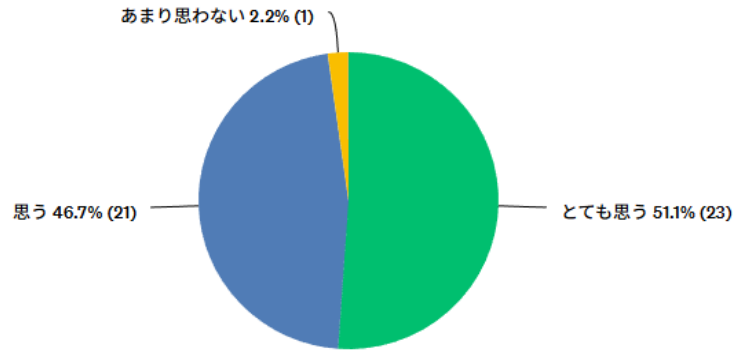
たとえ（半額キャンペーンではなく）通常の標準料金だったとしても、間違いなく利用していたでしょう！

指定された受け取り時間よりも早い便のために、午後4時より前でも荷物を受け取れるようにしてほしい。

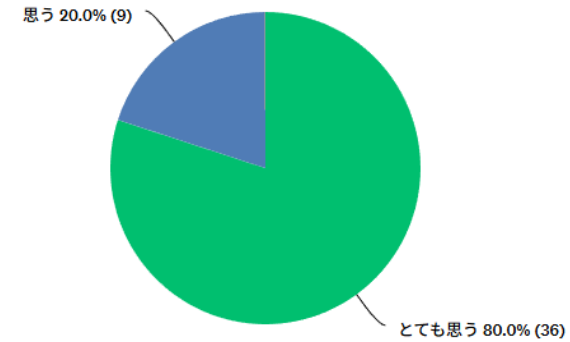
Q22 回答した人の数：45 スキップ数：1

Q23 回答した人の数：44 スキップ数：2

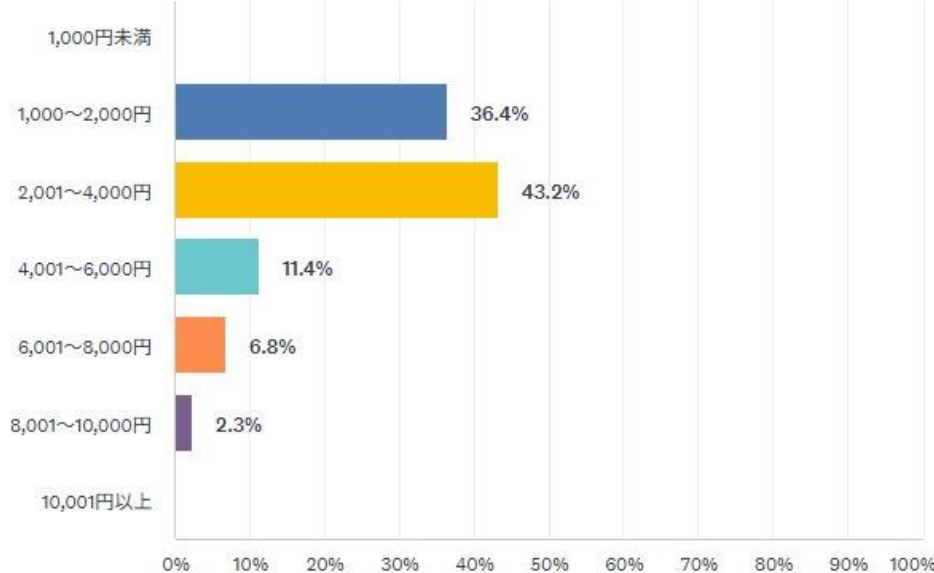
Q22: 今回のサービスを、正規料金（全額自己負担）で利用したいと思いますか？



Q24: 今回のサービスを友人・家族にすすめたいと思いますか？



Q23: (前項で「思う」とご回答された方にお伺いします)
今回のサービスに対して、利用する際に妥当だと思う料金をお選び下さい

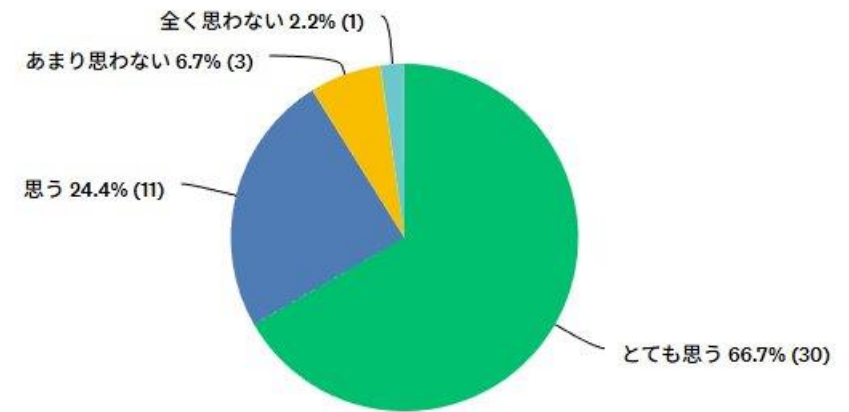


回答した人の数：45 スキップ数：1

Q25: 今回のサービスを今後利用したい場面を教えてください (複数回答可)

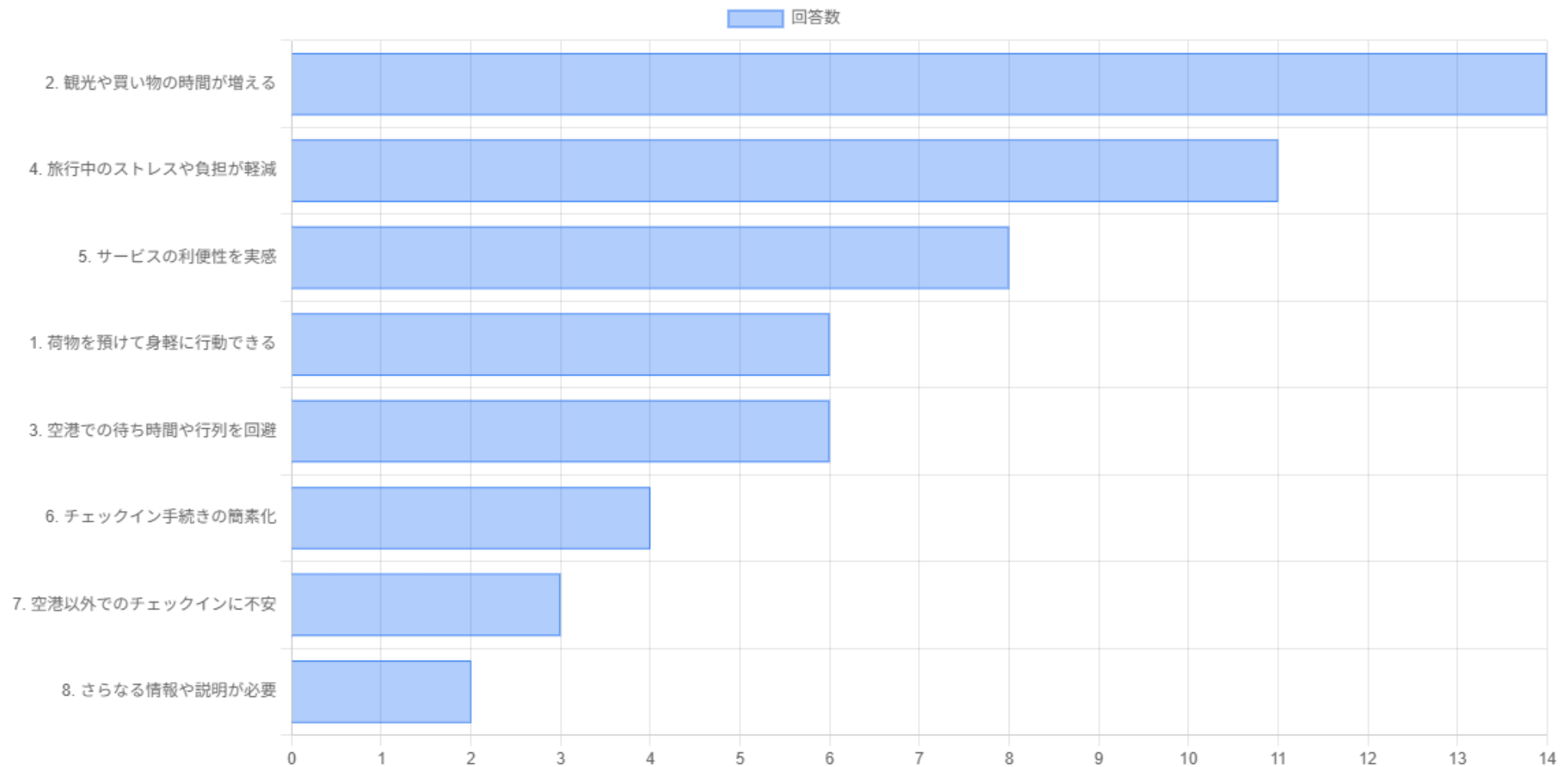


Q26: 日本において、今後インタウンチェックインサービス*が導入された場合、利用したいと思いますか？



※インタウンチェックインサービスとは・通常、空港で行う航空会社の手続き（搭乗手続き、手荷物預け、出国審査など）の一部を、搭乗日当日に利用者が駅などの街中で行うことができるサービスを指し、利用客は街中で荷物を預け搭乗時まで身軽に観光や滞在を楽しめます・近隣国では、既に韓国・台湾・香港などで、インタウンチェックインサービスを導入しており、搭乗にかかる空港の諸手続きで航空会社カウンターの列等に並ぶ必要がなく、空いた時間の手ぶら観光を促進するサービスの 1つとなっています

Q27: 前項でご回答された理由を教えてください →自由回答のコーディングを実施



Q27: 前項でご回答された理由を教えてください

時間の節約ができた。
誰も重い荷物を運びたくないから
便利で、観光にもっと時間を使える
利便性のため
無駄な時間を減らし、楽しむ時間を増やせるから
空港到着前に荷物をチェックインできるのは非常に便利
ピークの観光シーズンにチェックインカウンターで長い列に並ばなくて済むから
チェックインをもう一度やらなくて済むから
煩わしさがなく、動きやすくなるから
ホテルから街中の駅へ行くのは大きな荷物を運ぶ上でも全ての人にとって容易ではないから
直前の買い物のために、空港でのチェックインには多少の柔軟性が欲しい。
生活（旅行）をより楽にしてくれる。
非常に便利。
おかげでかなりの時間が節約でき、その分、街の観光をより楽しむことができた。

Q27: 前項でご回答された理由を教えてください

最後の最後まで買い物や観光へ行く可能性を高めてくれる。

便利。

旅行者にとってより便利になるだろう。

事前に荷物をチェックイン（預け入れ）できれば、フライト前の準備や手続きの緊張感が緩和される。
買い物を終えた後、荷物を気にせずに観光や食事を楽しみたい。
最終日に大阪をゆっくり楽しむために、あえて遅い時間の便を選んだりもできるだろう。

このサービスがあれば、空港でのチェックインプロセスの時間を節約できる。

サービスの利便性を個人的に実感した。

興味深いがもっと情報が必要だ。チェックインの時間やストレスがどう軽減されるのか確信が持てない。

さらに買い物を楽しめる。空港への移動中のトラブルによる、荷物預け締め切り時間の心配もしなくて済む。

このような経験は初めてだが、荷物の取り扱いが楽になるなら試すべきだ。

関西国際空港での買い物や食事には限りがある。

都市間の配送サービスとしても利用したい。

とても便利。乗り換えや歩き回る際に、重い荷物を運ぶのは本当に大変な時がある。

Q27: 前項でご回答された理由を教えてください

旅行者に時間の余裕を与え、急ぐ必要性を減らしてくれる。

子供連れの旅行はストレスが多い。空港に行く前にチェックインなどができれば、楽になるし待ち時間も減る。

市内で先に荷物を預けられたおかげで、身軽に観光できて移動もスムーズになり、日本での最後の時間を存分に楽しむことができた。

観光に行くのがより簡単になる。

空港で（チェックインを）行う方が安全に思える（荷物がフライトに間に合わないという問題が起きない）。

荷物を持たずに周辺の観光や買い物ができたため、とても楽だった。おかげで旅行中身軽に行動できて、本当に良かった。

インタウンチェックイン後は、手ぶらで買い物や観光ができる。

他の国で利用したことがあるが、とても便利だ。

もしインタウンチェックインの場所まで荷物を運べるなら、そのまま空港まで運んでも同じだ。

出発前に買い物や食事を楽しめる。

主に、自由に買い物や観光ができ、行列に並ぶ時間を節約できるからだ。

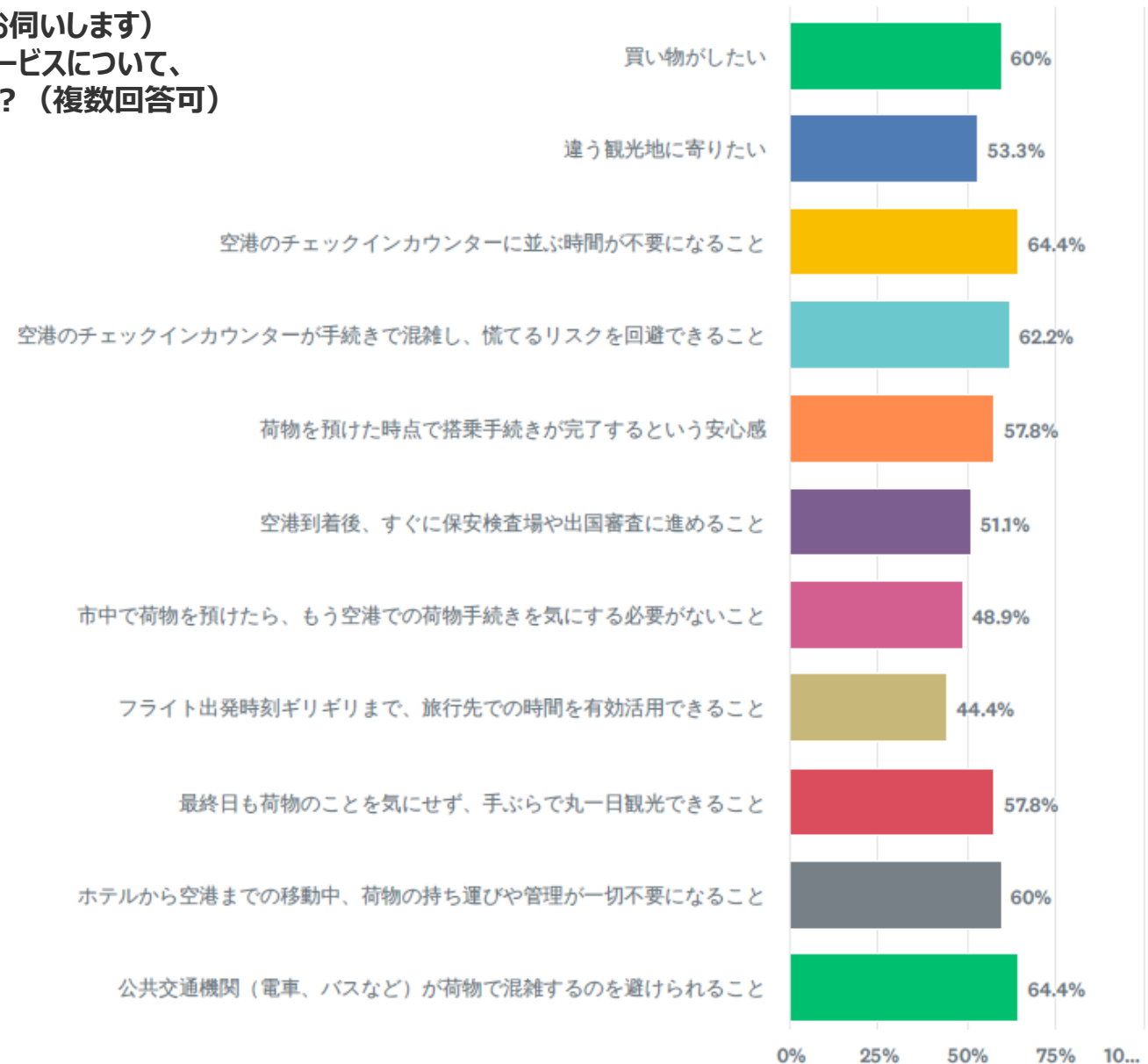
手続きが簡単である限り、このようなサービスには大賛成だ。

全て空港で済ませる方が良いと感じる

より楽で便利な旅行になる。

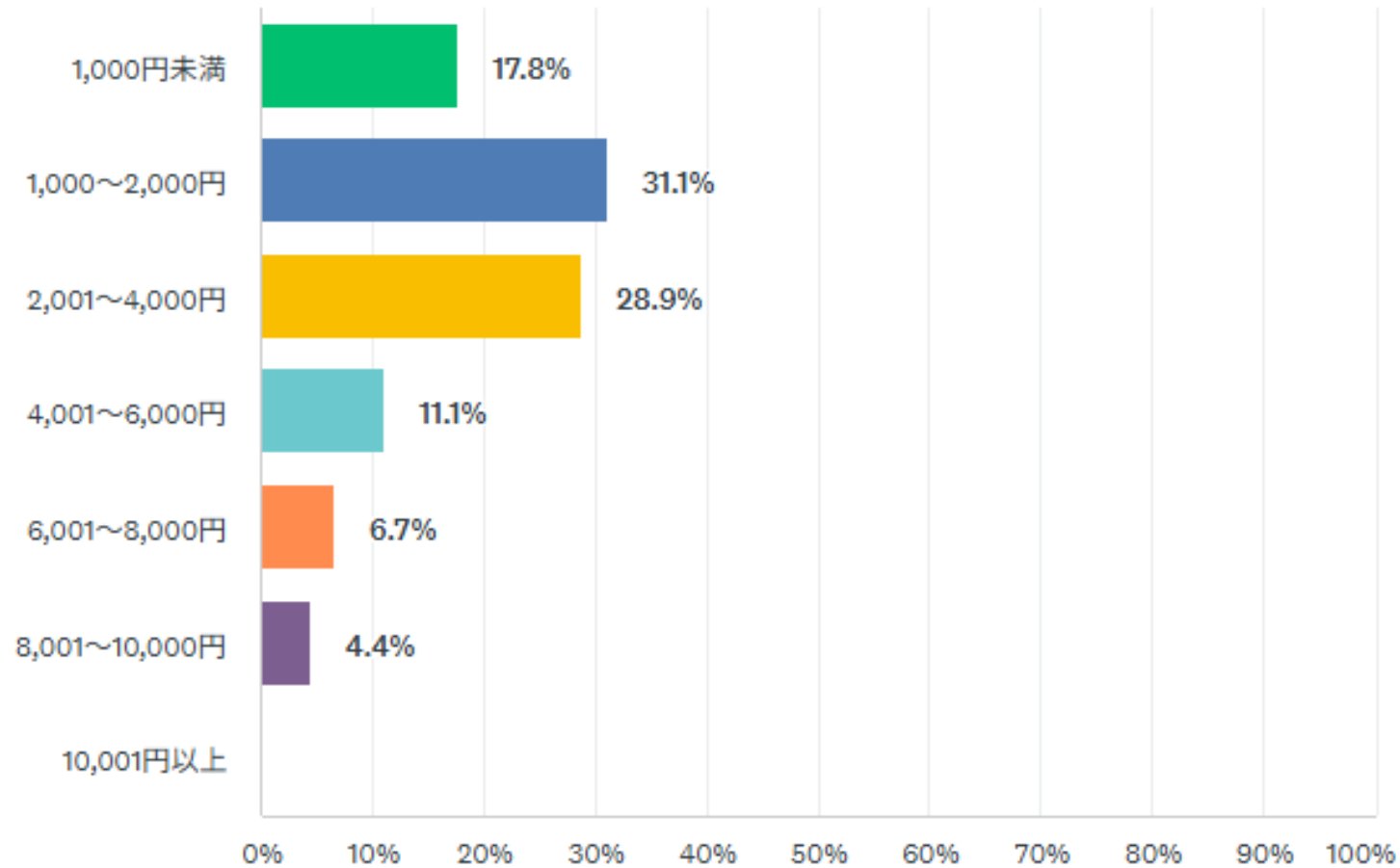
回答した人の数：45 スキップ数：1

Q28: (問26で思うとご回答された方にお伺いします)
日本におけるインタウンチェックインサービスについて、
どういった部分に利便性を感じますか？(複数回答可)



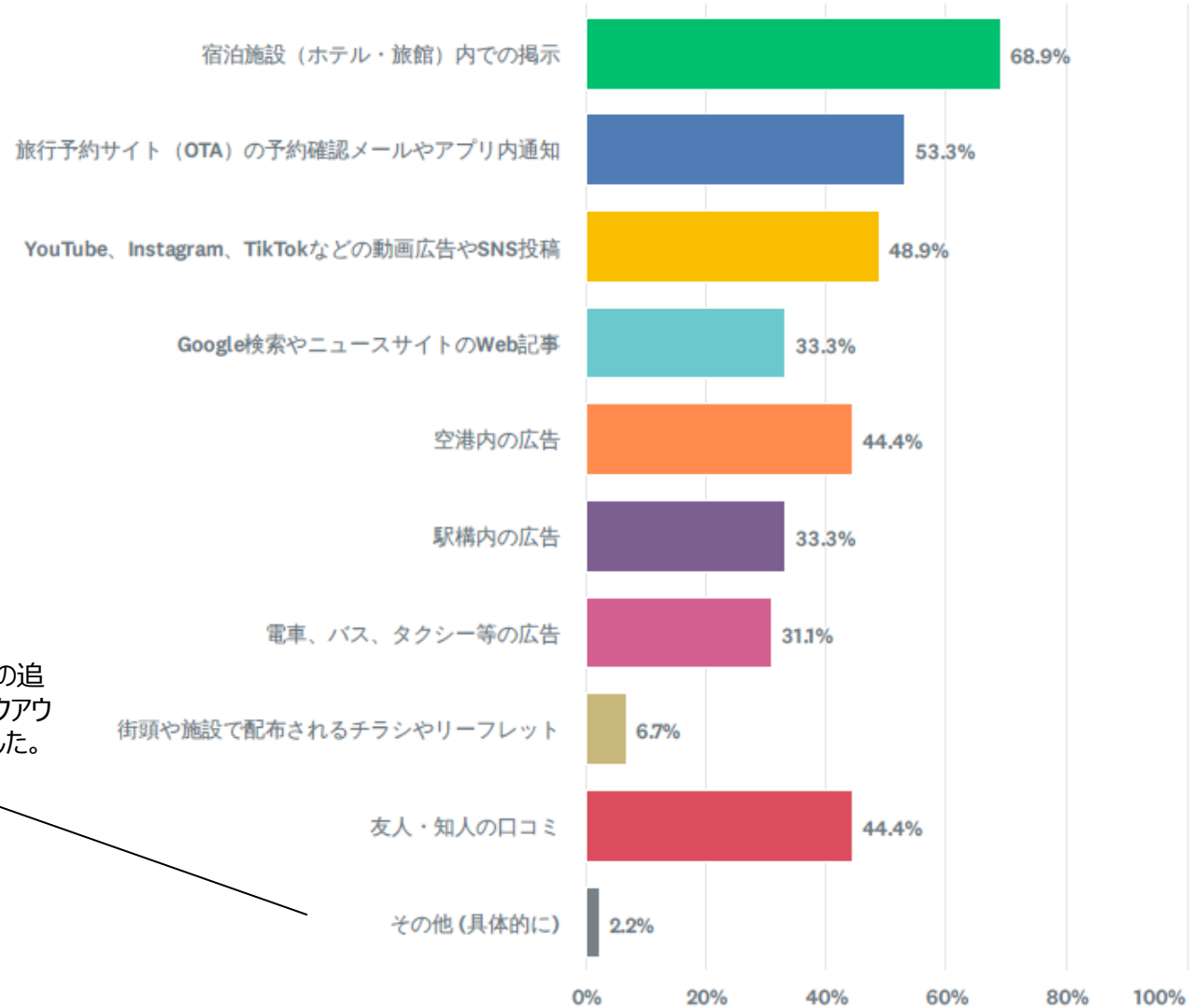
回答した人の数：45 スキップ数：1

Q29: (問26で思うとご回答された方にお伺いします)
日本におけるインタウンチェックインサービスについて、利用する際に妥当だと思う料金をお選び下さい



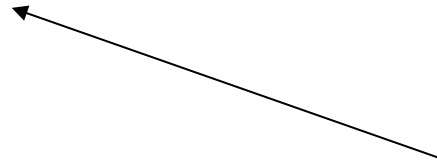
回答した人の数：46 スキップ数：0

Q30: 今後、手ぶら観光に関するご案内や新しいサービスが開始された際、効果的に情報を受け取れると思うプロモーション媒体をお選びください（複数回答可）



▶その他

ホテルのコンシェルジュやフロントのスタッフは的確にこの追加サービスをすすめてくれました。空港までの（チェックアウト日）同日配送であり、とても理想的なサービスでした。



【分析結果】利用者の背景と課題意識

利用者の背景

利用者属性	居住国	香港（26.1% 12件）シンガポール（23.9% 11件）アメリカ（17.4% 8件）が上位 エリア別にみるとアジア圏が占める割合が高い傾向
	年代	主な利用者は30代（41.3% 19件）、続いて40代（21.8% 10件）
	訪日回数	リピーターが8割を占める。特に、訪日回数5～15回の割合が、約半数（43.5% 20件）
	同行者	主に家族旅行（高校生以下の子供連れ）の利用が約半数（41.2% 19件）
	滞在日数	4泊以下の利用は少なく、5泊以上で伸長する傾向

利用者属性から見える特徴と傾向

- ① 訪日リピーターおよび中長期滞在者の利用が多い傾向
 - ・ 初回訪問者より、「行動効率を高めたい層」に利用が多く見られる
- ② 家族・複数人旅行における荷物負担が顕在化
 - ・ 同行者が多いほど荷物数も増え、移動制約が高まる構造
 - ・ 特に帰国日（＝空港利用日）の前日から当日にかけて、荷物や移動条件を考慮し、観光や買い物行動を控える選択がなされやすい傾向がうかがえる
- ③ 配送サービス未利用者でも荷物の課題意識は高い
 - ・ 日本国内での類似サービス利用経験は限定的にとどまる傾向
- ④ 利用者のうち9割が「旅行中の荷物の不便さ」を過去に実感していた
 - ・ 潜在的ニーズは存在するが、選択肢として認知されておらず今後の大きな課題として懸念される

【分析結果】手ぶら化による利便性と消費行動

手ぶら化は旅行者にとって移動・観光全体の質を向上させる

- ①【利便性】 便利である98%
- ②【混雑・待ち時間緩和】 効果がある96%
- ③【観光や移動の自由度】 高まる97%
- ④【経済効果】 観光9,315円／買い物24,620円／飲食9,481円（1回答あたりの平均額）

帰国日（空港利用日）の行動が「移動中心」から「滞在・消費」へ転換

① 観光・移動の自由度向上を明確に実感

- ・ 荷物を預けたことで「**時間・行動範囲に余裕が生まれた**」という価値の評価が最も多くみられた
- ・ 特に市内→空港移動前の数時間の活用に効果の表れがうかがわれた

② 追加消費の発生が示唆

- ・ 買い物・飲食・観光地立ち寄りなど、当初予定になかった行動が複数発生
特に「**買い物**」が最も多く、消費に直結している行動に結びついている点に特徴がみられる
- ・ 消費エリアとしては、心斎橋・道頓堀等、消費性の高い都市部エリアでの回遊が多くみられる
- ・ これらの結果から、従来は消費が生まれにくかった「帰国日（＝空港利用日）・移動前の時間帯」を、消費創出につながる時間

△

と転換できる可能性が示唆される

【実施内容】 ④ 旅客の行動分析 アンケート

【分析結果】評価と課題

サービス評価

- ① 【信頼性・安全性】 安心である97%
- ② 【顧客満足度】 満足97%
- ③ 【自己負担での利用意向】 利用したい98%
- ④ 【推奨意向】 勧めたい100%

社会実装に向けた手応えと、さらなる普及への課題感

① 「日本だから安心して利用できる」という評価が基盤に存在

- ・ 日本の物流・運営体制への高い信頼感がみられる
- ・ 荷物紛失・遅延に対する不安は限定的

② 有料化への一定の受容性

- ・ 自己負担でも利用したい意向が97%
- ・ 有料化した場合の支払い意向額は、2,000円～4,000円／1,000円～2,000円がボリュームゾーン

③ 制度拡張への期待と課題

・ 利用者満足度は高い一方で、実証期間中の予約数は限定的にとどまった。主な要因として、アンケート結果を踏まえると、主な要因として以下の点が考えられる

① 予約締め切り日や申込手順が、旅行者の行動タイミングと合致しにくかった可能性

- ↳ Q17より利用者は前日から当日に空港利用日の行動を決めることが多いにも関わらず、**前日までの手仕事・複雑な申込手順が、利用障壁になった可能性**が考えられる

② 利用ルートが限定的であったことによる対象者の絞り込み

- ↳ Q14・15・17より利用者の行動エリアが心斎橋・道頓堀など市内中心部に集中する中で、「なんば（カウンター）→関空」とルートが限定されていたため、**「ニーズはあるが条件に合わない層」を取りこぼしている可能性**が考えられる
- ・ 推奨意向が高いことから、利用者の口コミを効率的に発信できる仕組みを活用することでより高い利用率が見込まれる可能性が高まりそうである
- ・ 受取場所や待ち合わせ場所については、**写真をメールで提示していても、初めて訪れる場所、とりわけ空港内のように広く複雑な環境では分かりづらい場合があることから、より高い「わかりやすさ」が求められているようである。**この点は改善余地であると同時に、サービスの利用検討段階においても旅行者が事前に知りたい情報であるため、案内をより明確かつ分かりやすくすることで、利用時の不安軽減につながり、結果としてリピーター率の向上が期待できそうである

【分析結果】今後の手ぶら観光サービスの拡張性

インタウンチェックイン実装に向けた評価

① 【日本版インタウンチェックイン利用意向】 利用したい91%

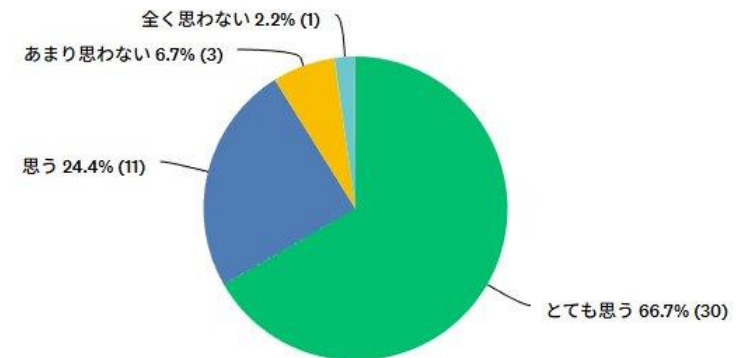
② 【支払い意向額】 2,000円以上 51%

※本実証サービスの満足度評価の設問に加え、手ぶら観光サービスの一つであるインタウンチェックインサービスの利用意向や支払意向に関する設問も聴取

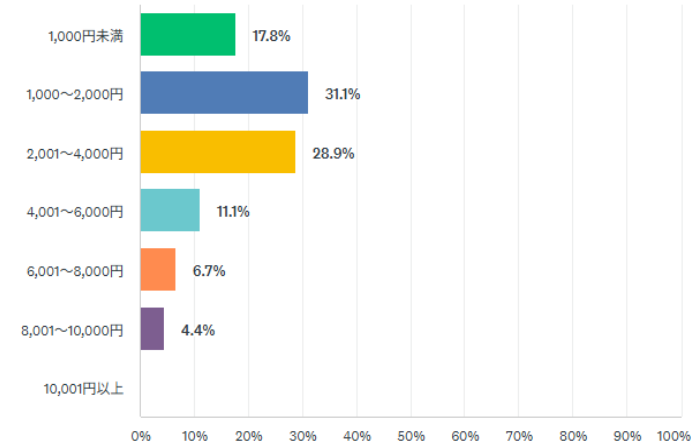
実装に向けた前向きな評価と制度拡張への期待

- ・ スキームを提示した「日本版インタウンチェックイン利用意向」設問において、**利用意向91%**と関心の高さがうかがえる。背景として、本実証スキームの利用者評価において「自由度の高まり」や「予定外の観光」を挙げており、更なるサービス機能の向上による旅行体験の質向上への期待感であると考えられる
- ・ また「日本版インタウンチェックイン」が有償提供の場合について、回答者の**51%が2,000円以上**の支払意向を示した事から、純粋な配送サービス以上のものを求めている可能性がある。（参考：宅配サービスは1,000-1,500円）

Q26: 日本において、今後インタウンチェックインサービス*が導入された場合、利用したいと思いますか？



Q29: 日本におけるインタウンチェックインサービスについて、利用する際に妥当だと思う料金をお選び下さい



目的

- ◎ 荷物預け後のインバウンド観光客の立ち寄り場所、ルートの検証
- ◎ 移動経路の可視化：期間中の移動ルートや立ち寄り先をMAP上に可視化
- ◎ 滞在分析：主要な施設やエリアでの滞在時間や回遊性

運用

- 1 OTA予約画面で、協力を依頼
- 2 個人情報取扱：実証CP参加参加条件とし許諾取得
- 3 移動経路と速度データを基にした「徒歩移動」と「交通機関利用」の判別を表示

使用機種

- ◎ 機種名：TRE GPS Type U（海外対応モデル）
- ◎ 主な仕様
 - ・ サイズ・重量：47×40×17mm、42g
 - ・ 取得データ：現在地、移動履歴、移動速度、各スポットでの滞在時間
 - ・ 通知機能：エリア入出通知、速度通知、SOS通知

選定理由

- 1 観光中の利用者負担を考慮
小型・軽量設計(42g)で、ポケットやバッグに入れて容易に携帯が可能
- 2 準天頂衛星「みちびき」に対応
市街地でも精度の高い位置情報の取得が可能。詳細な立ち寄り場所や回遊ルートを可視化する本実証目的に合致
- 3 速度検知や滞在時間、移動履歴の取得
観光客の行動変化を定量的・定性的に分析が可能



【実施内容】 ④ 旅客の行動分析 GPS

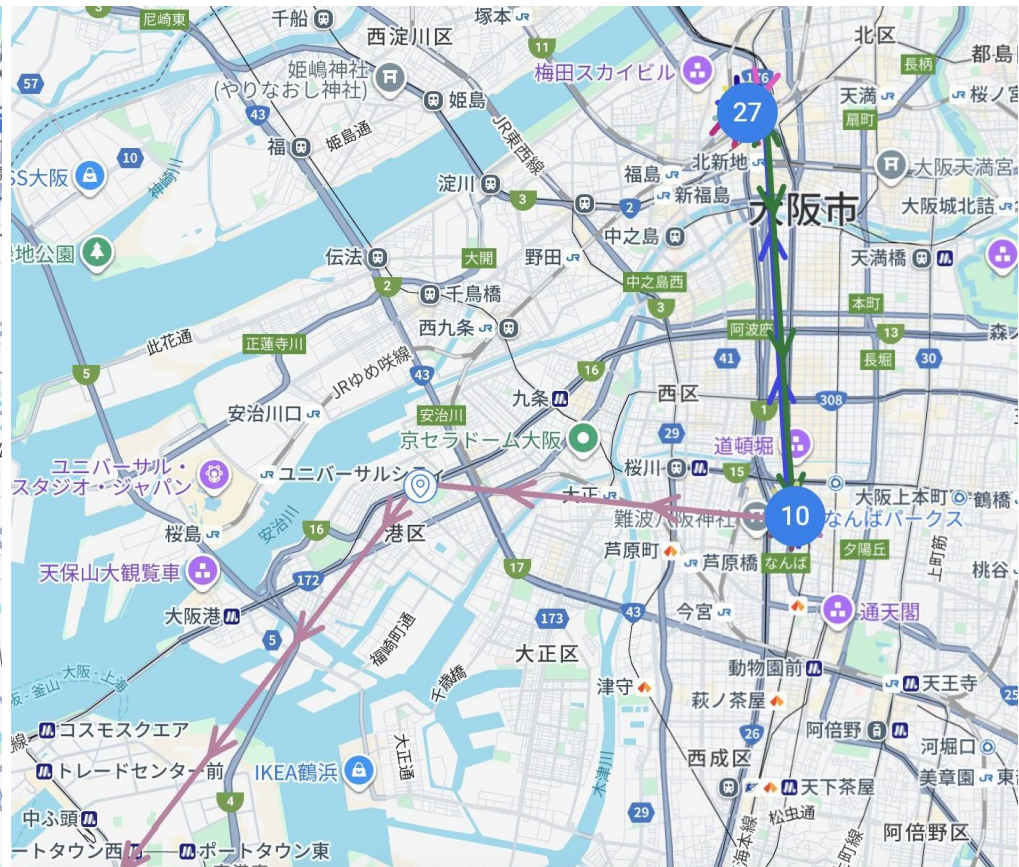
2026/1/1 ユーザー A
持ち歩き時間：9:03-18:24
主な滞在先：梅田エリア（買い物）（飲食）
最大滞在時間：3時間7分
移動方法：徒歩+電車
総自由時間：約9.5時間

※南海なんば駅→関空は電車移動（南海電鉄）と考えられるが、スピードが早く、路線上でなく直線でのトラッキングとなる
※電車移動時、1箇所履歴が取られているが、下車ではなく路線上の履歴と思われる

全体図



詳細①



2026/1/1 ユーザーA

TIME	移動距離 (km)	スポット名	移動手段 (想定)	滞在時間
9:03:44	0.0	なんばCITY/南海なんば駅	徒歩	0:15:03
9:04:13	0.0		徒歩	
9:05:06	0.0		徒歩	
9:08:05	0.0		徒歩	
9:08:11	0.0		徒歩	
9:08:46	0.0		徒歩	
9:18:47	0.2	なんばCITY/南海なんば駅	電車	0:15:02
9:33:49	4.3	グランフロント大阪		
9:39:50	0.2		徒歩	0:43:30
9:43:50	0.0		徒歩	
9:48:49	0.3	大阪駅	徒歩	
9:55:20	0.3	グランフロント大阪	徒歩	
9:58:18	0.0		徒歩	
10:17:19	0.0	北梅田通	徒歩	
10:18:14	0.2		徒歩	
10:55:43	0.1		徒歩	
10:58:00	0.1		徒歩	
11:12:50	0.0	グランフロント大阪	徒歩	0:54:21
11:13:12	0.1		徒歩	
11:18:25	0.2	大阪市道九条梅田線	徒歩	
11:23:15	0.1		徒歩	
11:28:23	0.2	グランフロント大阪北館	徒歩	
11:35:28	0.3		徒歩	

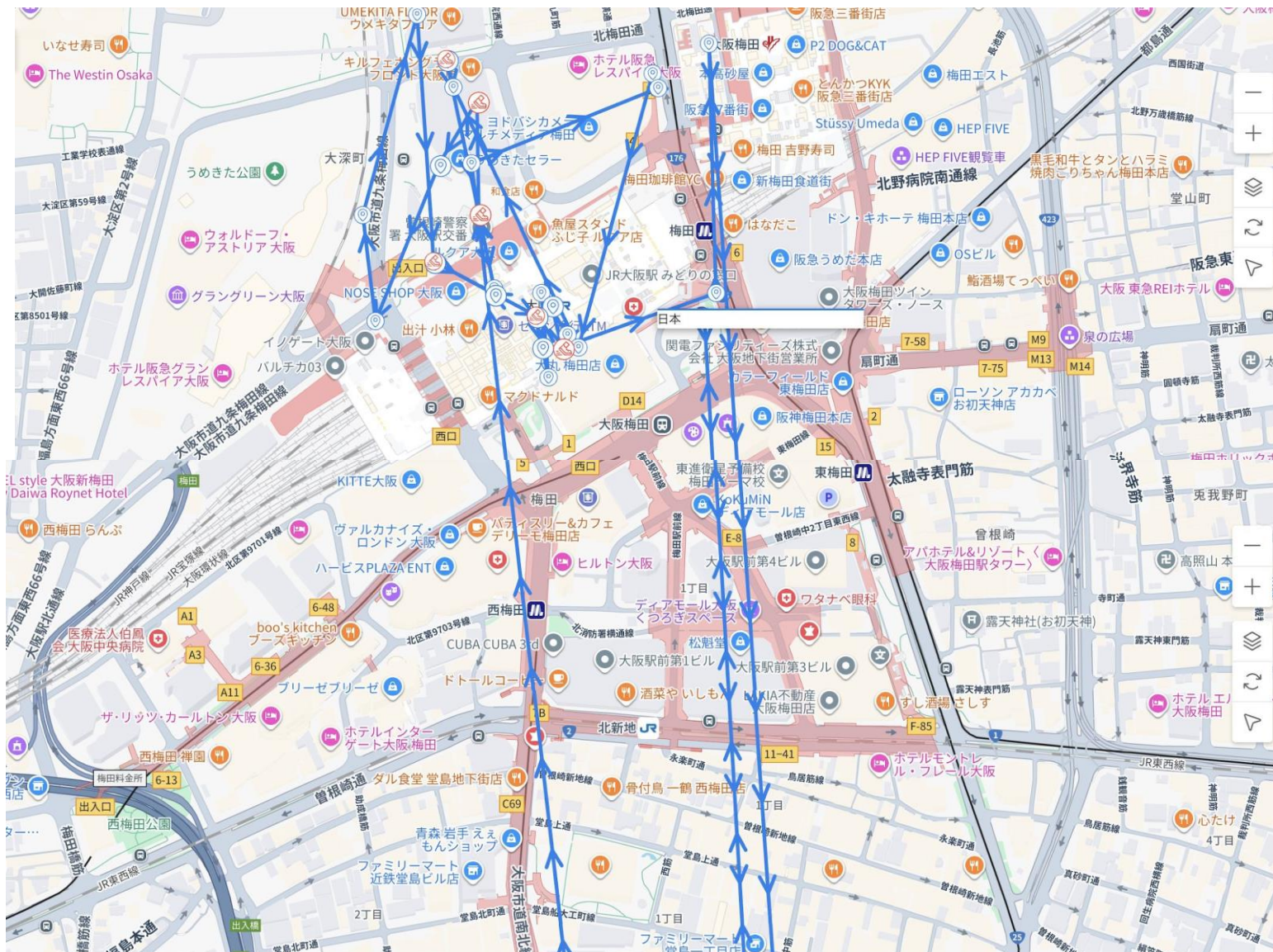
TIME	移動距離 (km)	スポット名	移動手段 (想定)	滞在時間
11:35:28	0.3		徒歩	3:07:24
11:47:11	0.1	ルクア大阪	徒歩	
11:52:05	0.1		徒歩	
12:52:43	0.0	大阪駅	徒歩	
12:54:13	0.1	KITTE大阪	徒歩	
12:59:14	0.1	時空 (とき) の広場	徒歩	
16:06:38	0.1	ルクア DINING	徒歩	0:14:54
16:11:40	0.0	大阪駅	徒歩	
16:35:45	0.0		徒歩	
16:39:43	0.2		徒歩	
16:44:43	0.3	ヨドバシ梅田タワー LINKS UMEDA 2階	電車	
16:59:37	4.6	なんばCITY/南海なんば駅		
17:04:45	0.0		徒歩	
17:09:46	0.1		徒歩	
17:14:45	0.1		徒歩	
17:19:46	0.1		電車	0:54:21
17:27:49	4.1			
18:14:07	32.2	関西空港駅	徒歩	
18:19:28	0.2		徒歩	
18:24:24	0.1	にぎりの徳兵衛 関西国際空港店	徒歩	

【実施内容】 ④ 旅客の行動分析 GPS

2026/1/1 ユーザーA 詳細② 9:33-16:44 梅田駅周辺



2026/1/1 ユーザーA 詳細③ 南海なんば駅→梅田駅周辺→南海なんば駅



2026/1/1 ユーザーA 詳細④ 16:59-17:27 南海なんば駅周辺



【実施内容】 ④ 旅客の行動分析 GPS

2026/1/1 ユーザーA 詳細⑤ 18:14-18:24 関西空港駅周辺



【実施内容】 ④ 旅客の行動分析 GPS

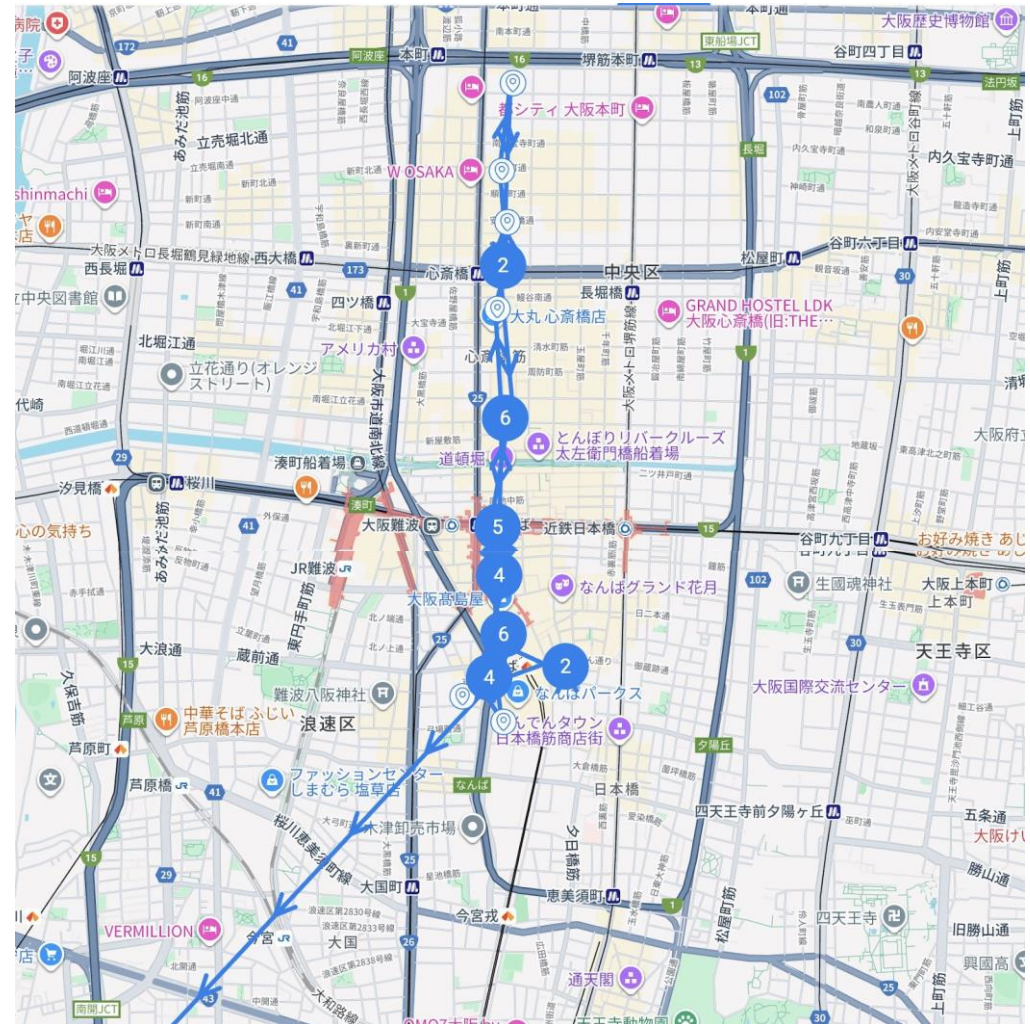
2026/1/17 ユーザー B
持ち歩き時間：8:07-15:30
主な滞在先：難波エリア (買い物) (飲食)
最大滞在時間：1時間19分
移動方法：徒歩
総自由時間：約18時間
(1/17 13時間, 1/18 5時間)

※1/17朝荷物預け入れ→1/18に関西移動 (1/18移動分は電源オフとなり計測できず)
持ち歩き時間は、関西での荷物受け渡しまでの時間

全体図



詳細①



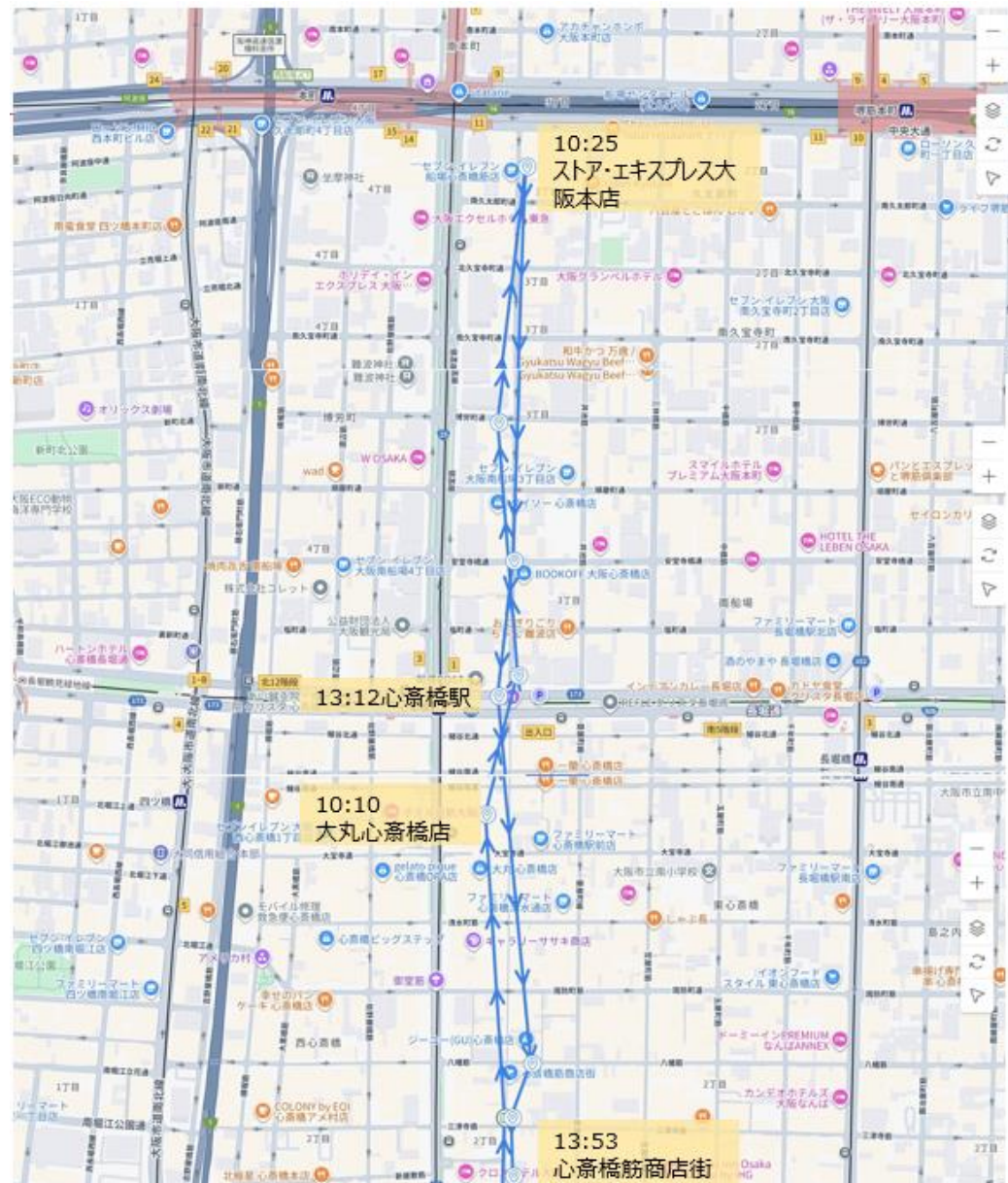
2026/1/17 ユーザーB

TIME	移動距離 (km)	スポット名	移動手段 (想定)	滞在時間
8:07:44	0	日和ホテル大阪なんば駅前	徒歩	
8:12:03	19.4		徒歩	
9:26:49	30.9		徒歩	
9:50:27	1.7		徒歩	
9:51:01	1.7	なんばCITY	徒歩	
9:59:05	474.1	なんばウォーク	徒歩	
9:59:17	224.2		徒歩	
10:00:19	77.8	戌橋筋商店街	徒歩	
10:05:06	310.3	心齋橋筋	徒歩	
10:05:06	1.5		徒歩	
10:05:08	1.5		徒歩	
10:10:56	392.9	大丸 心齋橋店	徒歩	
10:15:25	165.3	心齋橋筋北商店街	徒歩	
10:20:19	328.2	博労町通	徒歩	
10:25:06	315.1	ストア・エクスプレス 大阪本店付近	徒歩	1:27:56
10:31:05	11.5		徒歩	
10:41:13	2.5		徒歩	
11:02:37	0.7		徒歩	
11:16:10	2.4		徒歩	
11:47:03	2.4		徒歩	
11:53:02	0.4		徒歩	
12:16:06	17.7		徒歩	
12:25:06	114.3	ピアノ専門店 三木楽器付近	徒歩	
12:53:06	297.3		徒歩	

TIME	移動距離 (km)	スポット名	移動手段 (想定)	滞在時間
13:02:44	56.8	心齋橋筋	徒歩	
13:12:23	175.5		徒歩	
13:22:29	458.3	八幡筋	徒歩	
13:43:02	73.8		徒歩	
13:53:52	76.5		徒歩	
14:03:39	352.5	難波新地四番丁筋	徒歩	
14:10:21	285.7	なんばCITY/南海なんば駅	徒歩	
14:16:11	192.9		徒歩	
14:33:27	169.4	メガネの田中 なんばCITY店付近	徒歩	
14:43:12	100.8	なんばCITY	徒歩	0:20:03
15:03:15	2.5		徒歩	
15:42:43	93	ますかっと (店舗) 付近	徒歩	1:19:56
17:02:39	13	スマイルエッグ (店舗) 付近	徒歩	
17:14:12	396.5	千日前道具屋筋商店街	徒歩	
18:13:03	232	なんばCITY/南海なんば駅	徒歩	
18:24:30	98		徒歩	
18:32:49	173.3	なんばパークス	徒歩	1:00:07
19:32:56	153.1	日和ホテル大阪なんば駅前	徒歩	
20:12:47	175	なんばマルイ	徒歩	0:29:55
20:12:47	1.6	なんなんタウン	徒歩	
20:42:42	97.5		徒歩	
20:46:24	222.7	なんばCITY/南海なんば駅	徒歩	
20:54:13	180.4	パークスタワー	徒歩	
21:16:32	70.9		徒歩	

2026/1/17 ユーザー-B

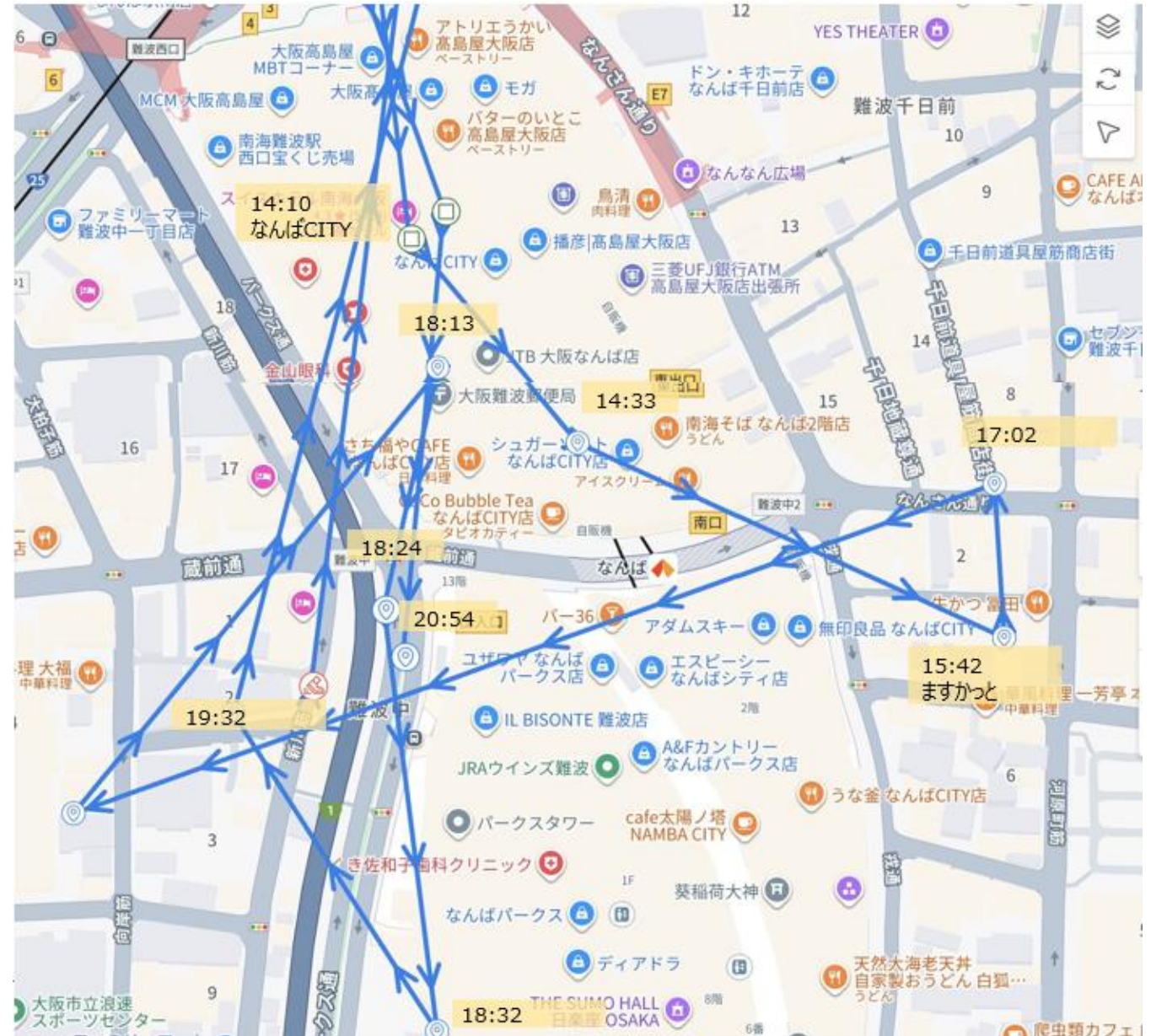
詳細② 10:10-13:53 心斎橋周辺



【実施内容】 ④ 旅客の行動分析 GPS

2026/1/17 ユーザーB

詳細③ 14:10-20:42 南海なんば駅周辺



【分析結果】GPSトラッカーによる移動経路

本実証では、「行動分析」に主眼を置き、手ぶら化が旅行者の具体的な行動（回遊エリア、滞在時間、移動の自由度）にどのような影響を与えたかを検証

分析対象

南海なんば駅（nest南海なんば店）にて荷物を預け、GPSを携帯したインバウンド旅客 2組

個別ケース分析

【ケース A】（2026/1/1）ターミナル駅周辺での集中消費・滞在型

持ち歩き時間：約9.5時間（9:03～18:24）

行動の特筆点：

- 南海なんば駅で荷物を預け、梅田エリアへ移動。広範囲を移動するのではなく、梅田駅周辺の複数の商業施設（グランフロント大阪、ルクア大阪、KITTE大阪等）内を7時間以上にわたって繰り返し往復移動
- これは、重い荷物から解放されたことで、施設間の移動やビル内の上下移動（フロア跨ぎのショッピング）に対する身体的・心理的ハードルが消失した結果と推察
- 飲食フロアに3時間以上滞在。手ぶら化により「荷物の管理」や「ロッカーへの引き返し」を気にする必要がなくなり、食事という体験そのものに、通常よりも多くの時間を割いている
- 最終的には再び南海なんば駅を経由し、南海特急を利用して空港へ向かっており、「なんば（難波）駅」がを起点に活動した

【分析結果】GPSトラッカーによる移動経路

個別ケース分析

【ケース B】(2026/1/17-18) **宿泊地周辺の回遊と地域探索型**

持ち歩き時間：約18時間(2日間合計)

行動の特筆点：徒歩圏内の徹底回遊

- スタッフとの会話の中で、南海なんば駅付近ホテルに滞在していることが判明しており、本サービスについても南海なんば駅付近の施設等で入手
- 南海なんば駅周辺のホテルに宿泊。チェックアウト後に南海なんば駅で荷物を預け、そこから徒歩圏内の心齋橋・道頓堀エリアを詳細に回遊
- 商店街内を数分単位の細かなピッチで移動しており、気になる店舗へ即座に立ち寄り、引き返すといった、手ぶらならではの機動性の高い観光行動を確認
- 重い荷物がある状態では敬遠しがちな「活気ある(混雑した)商店街」での食べ歩きや散策を、ストレスなく楽しんでいる。出発前日および当日の時間を最大限に活用した事例と言える
- 宿泊地周辺という既知のエリアであっても、荷物がないことで「ただ空港へ向かう時間」が「質の高い散策・ショッピング時間」へと転換されている



【実施内容】 ④ 旅客の行動分析 GPS

【分析結果】GPSトラッカーによる移動経路

検証ポイント

2組の動態データから、旅行者の行動に顕著な傾向が確認され、手ぶら観光の定性的な価値として下記の点が挙げられる

① 「移動距離」ではなく「移動密度（回遊性）」の向上

両者とも「広範囲を飛び回る」のではなく、特定の主要エリア（梅田・心斎橋）に留まり、その中で高頻度かつ反復的な移動を行っている。

これは、施設内や商店街などの「高密度な消費スポット」において、手ぶら化が最も効果を発揮することを示している

② 可処分時間の「質」の変化（飲食・滞在の長時間化）

「飲食フロアに3時間」といった滞在データは、手ぶら化が単なる「楽な移動」に留まらず、「ゆとりある消費体験」を創出していることを示唆。荷物の心配がないことが、結果として滞在先での単価向上や満足度向上に寄与していると推察

③ ハブとしての「なんば（難波）駅」の重要性

両ケースとも「なんば（難波）駅」を起点・終点として活動しており、**宿泊先や鉄道移動のハブとなる地点での荷物預かりが、観光客の自由時間を最大化させる重要な鍵であることを示している**

④ 「混雑エリアへの進出」と「長時間の回遊」の両立

2組とも、通常であれば大きなスーツケースを抱えての移動が困難な「梅田」や「心斎橋筋商店街」といった混雑エリアへ積極的に立ち寄っている。これは手ぶら化がなければ、コインロッカー探しやホテルへの戻り移動に費やされていた時間が、純粋な観光・消費時間に充てられたと考えられる

考察

本実証データは、手ぶら化が「移動距離を伸ばす」こと以上に、「滞在エリアでの体験価値（飲食・買い物）を濃密にする」という、インバウンド消費の拡大に寄与する定性的な価値があることを示唆している

総括

実証成果：関西における「手ぶら観光」認知に貢献

当初の目的である認知拡大において、一定程度の底上げに繋がる結果となった

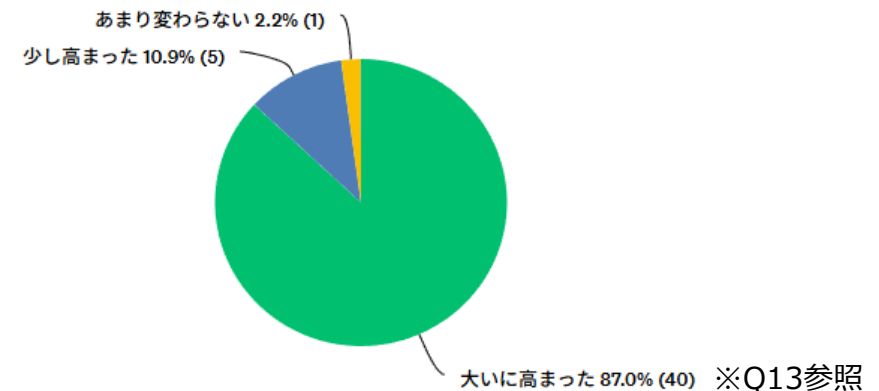
- ① **リーチと関心の獲得**： 広告・メルマガ等を通じて延べ20万回以上の露出を達成。特にメルマガ開封率40～50%という数値は、一般的なインバウンド向けの旅行・観光系メルマガの平均値（約25～30%前後）を大きく上回る。一定程度「割引」「無料」というキーワードに惹かれた部分があったと推察されるが、インバウンド旅客にとって、手ぶら観光の情報の訴求に繋がったことが示唆される
- ② **潜在ニーズの可視化と「情報の届け方」の再定義**： ホテルを中心に配布チラシ等から77件の能動的なQRスキャンを確認。これは量的なバラまきよりも、「いつ、どこで、どのように情報に触れるか」という接点の質が成約の鍵であることを示した

行動変容の実証：公共交通の利便性向上と消費の創出

「手ぶら化」が単なる利便性向上を超え、地域経済と交通インフラにポジティブな影響を与えることを実証

- **公共交通機関の利用環境改善**： アンケートでも旅行者も「手ぶらで買い物や食事ができ、空港への電車移動も便利だった」と評価。大型荷物の持ち込みが減ることで、車内混雑の緩和や乗降時間の短縮に寄与する可能性がある
- **「質の高い観光」の実現（GPS×アンケート）**： 手ぶら化により「飲食フロアでの3時間以上の滞在」や「混雑した商店街の回遊」が実現。アンケートでは多くの利用客が**予定外の消費や活動を行っている傾向が見られ**、手ぶら化が地域消費を押し上げる可能性があることを確認

	観光 (回答数:27件)	買い物 (回答数:25件)	飲食 (回答数:26件)
平均額/ 回答	約9,315円	約24,620円	約9,481円



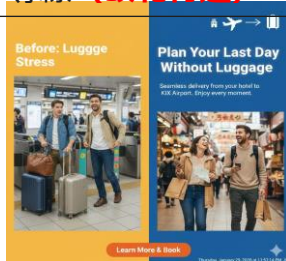
実証実験を経てカスタマージャーニーから考えたプロモーション例

<p>ペルソナ (想定)</p>	 <ul style="list-style-type: none"> 30代～40代、香港・韓国・シンガポールなど（アジア圏が中心） 家族連れ（小学生～高校生程度の子供を連れた3～4人構成） 訪日2回目以上で経験豊富、大阪・京都は複数回訪問済み。5泊以上の長期滞在 最終日もアクティブに過ごしたい。夕方～深夜にかけての搭乗便で、効率重視に動く層 				
<p>検討フェーズ</p>	<p>興味・関心</p>	<p>情報収集</p>	<p>比較・検討</p>	<p>予約</p>	<p>知人に推奨</p>
<p>目的</p>	<p>潜在的課題の刷り込み。 最終日の計画段階で解決策を認知させる。</p>		<p>具体的解決策の提示。荷物の重さを実感するタイミングで、利便性訴求。</p>	<p>空港での負担軽減や、手ぶら後に訪問できる場所を再提案し、利用を決定づける。</p>	
<p>行動</p>	<p>「関西 最終日 過ごし方」「荷物+場所」等の検索キーワードに対し広告を掲出。バナーで視覚的に訴求。旅行情報サイトをチェック。SNSでインフルエンサーの記事チェック</p>	<p>荷物の重さを実感し始めたタイミングで、利便性を訴求。知人やコミュニティと情報交換</p>	<p>OTAで予約 クーポンの使用 荷物の多さを実感し、その場でスマホから予約</p>	<p>知人や家族と情報交換 SNSで旅の思い出を配信</p>	
<p>思考</p>	<p>「最後の一日まで遊び尽くしたい。荷物のストレスなく動く方法はないか？」</p>	<p>「お土産を買い足したい。でも、コインロッカーが空いていなかったらどうしよう？」</p>	<p>「ロッカーに預けて戻ると、このサービスを使うのとどちらが効率的か」</p>	<p>「当日でもOKなんだ！」スマホ決済1分で完了。空港での受取場所も確認。」</p>	<p>「空港で受け取れるのは本当に楽だった。次の日本旅行も絶対使う。」</p>
<p>コンテンツ</p>	<ul style="list-style-type: none"> SNS メルマガ META広告 ショート動画 インフルエンサー投稿 リスティング広告 GDN(ディスプレイ) 	<ul style="list-style-type: none"> WEBページ(特集ページ) SEO記事(比較サイト) 関西国際空港による投稿記事 航空会社WEBページ 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設や観光案内所チラシ 宿泊やその他旅行商品とのパッケージ 関連事業者ページでの紹介 空港/駅改札でのリアルプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> 位置連動プッシュ広告 訪日OTA予約導線 空港や街中のサイネージ SNS位置情報タグ 	<ul style="list-style-type: none"> SNS(個人の投稿、コミュニティなど) 口コミキャンペーン ハッシュタグ #HandsFreeKansai での投稿促進

フェーズごとの最適と考えられる広告手法と観点

フェーズ	媒体	最適と考えられる観点	ターゲット別	ビジュアル・訴求内容
①入国前 ・旅程検討期	<ul style="list-style-type: none"> リスティング広告 (広域ワード) : "Osaka travel tips", "KIX access" GDN (ディスプレイ広告) : 観光・鉄道情報サイトへのバナー掲出 META広告 (SNS) : ライフスタイルや興味関心に基づくターゲティング 	能動的な検索層に「 配送 」という 選択肢を早期に提示 することが、後の検討フェーズでの指名検索に繋がる	<ul style="list-style-type: none"> お得情報に敏感層: 「期間限定・先行予約特典 (割引)」など ファミリー層: 「手ぶらで子供と手を繋げる」といったストレスフリーなイメージ 	"Plan your last day without luggage." (最終日を荷物なしで計画しよう) 「荷物を預けて空港で受け取るだけ」という具体的な旅程イメージを提示
②滞在中 ・ニーズ顕在化	<ul style="list-style-type: none"> ホテル客室内・フロントチラシ: QRコードによる即時予約導線 リスティング広告 (エリア特化) : "Luggage storage Umeda", "Kyoto coin locker" 	空港到着時、パッキング時など 最も荷物が煩わしい瞬間 に、解決策を提示。ホテルといった信頼性が高く 検討できる場所 で掲示することで、利用の決断を後押し	関西国際空港到着客、ホテル滞在客、ターミナル駅利用者 お得情報に敏感層: 割引などお得感を前面に出す	"Drop here, Shop more!" (ここで預けて、もっと買い物!) 「当日予約OK」を強調、1分で予約完了できる簡易性アピール
③当日 ・即時利用 ※イメージ図	<ul style="list-style-type: none"> 位置情報連動プッシュ通知: 旅ナカ主要駅周辺など特定エリアで配信 駅構内デジタルサイネージ: 視覚導線 (改札付近) への掲出 	プッシュ通知等は場所とタイミングが合えば極めて高い成約率が見込める	主要駅周辺の旅行者、既存サービス予約者	"No more walking with bags at the airport." (空港で重い荷物を運ぶのはやめよう) 心理的負担の解消

①入国前
・ 旅程検討期



② 滞在中
・ ニーズ顕在化



③ 当日
・ 即時利用



実証実験を通じた課題と改善案

①【プロモーション方法】「検索」重視へのシフトとチャネルの使い分け

- SNS広告（Meta）だけでは成約に繋がらなかったため、購買意欲の高い層が利用する「検索連動型広告（リスティング）」へ予算を再配分する
- ターゲット層により好みの傾向が異なるため、複数パターンの広告素材を作成し、最適解を比較検討できるようにする。
- 会員登録が必要な訪日OTAで販売する場合は旅マエでのリーチに集中させ、単体販売を狙わず、交通パスや商業施設とのパッケージとして販売し、付加価値を高める

②【プロモーション方法】チラシなど「情報の届け方」の再定義

- 「時間をかけた吟味」が可能な環境の重要性：手ぶら配送サービスは、自身の旅程やコスト、安全性を慎重に検討するプロセスを伴う。そのため、客室内等「旅行者が落ち着いて情報を読み込み、吟味できる環境」への配架が、利用意欲の醸成に繋がるとかがえる
- 対人推奨（フロント）による信頼の補完：アンケートでは「ホテルのフロントでおすすめされた」という声があった。チラシは単なる告知媒体ではなく、スタッフが利用を勧める際のツールとして機能しており、この「信頼できる場所での推奨」が予約への最後の一押しとなる

③【サービス設計】「即時性」と「導線の一致」

- 大幅な割引や広域広告を展開しても予約に繋がらなかった一因は、広告のリーチ不足ではなく「前日12時まで」という予約期限とユーザー行動のミスマッチにある。旅行者は価格の安さ以上に、「今すぐ預けられるか（即時性）」や「自分の移動ルートに合っているか」を重視していると考えられる

④【サービス設計】「当日予約」と「1分で完了する手軽さ」の実装

- 広告運用の最適化以前に、旅行者の衝動的なニーズに応える「当日予約・即時預け入れ」への対応が不可欠である。
- あわせて、会員登録や複雑な入力を省いた「登録不要の独自決済システム」などを導入し、検索から1分以内で予約が完了するストレスフリーな動線を構築し、離脱を最小化させる（※今回は対面受け渡しのためチャットなど+aのやり取りが発生）

今回の実証実験を通じ、「荷物のストレスから解放され、空港到着の直前まで手ぶらで自由に動けること」こそが、訪日旅行者が求める本質的な価値であることが浮き彫りになった

① 宿泊施設と駅拠点の相互補完による「旅程の手ぶら化」の実現

- ホテル発送（52件）の多さから、帰国直前の負担軽減への強い支持が確認された。一方で、ハブ駅拠点は宿泊先を問わず誰もが利用できる包摂的なインフラであり、都市の回遊性を支える定石である
- 今後は宿泊施設側の業務負荷も考慮し、ホテルで即座に身軽になれる快適さと、駅拠点が提供する「どこからでも手ぶらになれる」自由度を組み合わせ、利用者の導線に寄り添ったネットワーク構築が重要である

② 移動時間の「デッドタイム」から消費時間の「ゴールデンタイム」へ

- 回答者の85%が手ぶらになったことで「予定外の消費」を実施しており、帰国日（＝空港利用日）の「空港直行」という行動制約が緩和された。これは手ぶら化により、観光・買い物・飲食行動が発生する可能性を示唆している
- 帰国日の「移動するだけの時間（デッドタイム）」を、地域での追加消費が期待できる「観光時間（ゴールデンタイム）」へと転換。サービス提供の主眼を「配送」だけではなく、滞在時間の価値の向上に置くことで、更なる経済波及効果が期待できる

③ オーバーツーリズム対策としての視点

- 利用者の96%が空港での混雑緩和効果を実感。GPS分析でも、大型荷物を持たないことによる都市部での自由な回遊行動が確認された
- 今後は、市内での消費に留まらず、都市部から地方への分散や消費拡大に繋がる取組を行うことで、手ぶら化による関西エリアの広域周遊に期待ができる

④ 「日本版インタウンチェックイン」導入に向けて

- 回答者の91%が「利用してみたい」と回答し、かつ半数以上が有償提供でも2,000円以上の支払意向を示した。配送サービスによる物理的解放に「手続きの前倒し（チェックイン）」が加わることで、空港での拘束時間がさらに短縮されるため、将来的にインタウンチェックイン機能導入した際は、更なる利便性向上に期待できる

今回の実証実験を通じて得られた知見は、本事業の本質が単なる荷物の移動ではなく、「手ぶら化による自由な時間の創出 = 滞在体験の価値向上」にあるという点である

以下の3つの要素が揃うことで、旅行（滞在）そのものの満足度が最大化されると考えられる

- ① **即時性**：荷物を預けたいと思った瞬間に（当日でも）予約できる&預けられる
- ② **預け場所の自由**：旅行者の行動ルートに沿って、荷物を預けられる場所の選択肢がある
- ③ **空港での負担軽減**：空港到着後、重い荷物の移動や混雑した列から解放されること

今後に向けた重点課題：

- ・ **ステークホルダー連携の深化**：空港運営会社との連携による「移動動線の最適化」および、理想形である「航空会社カウンターでの直接受渡」の実現に向けた航空会社との協議が、次のフェーズの鍵に
- ・ **商品改善**：関連事業者が連携した上で、当日予約・即時受付を実現
- ・ **タイミングとチャネルを最適化した戦略的プロモーション**：旅行者のフェーズに合わせた適切なプロモーションを選択肢「手ぶら」という選択肢を提示

インタウンチェックインの将来性を見据えた今回の実証実験により、「いつでも、どこでも、荷物が預けられ、自由度が高まり、最大限日本を楽しみたい」という、旅行者が本質的に求めている心理が読み取れた

今後、手ぶら観光及び、その一つの手段であるインタウンチェックイン導入を推進していく上では、この「旅行者心理」を起点に置き、「日本旅行の最後の一瞬まで、身軽に、楽しく過ごせる体験」をインフラとして提供していくことが求められる