

## 渋谷区観光協会におけるデジタル技術活用による観光施策 (一般財団法人渋谷区観光協会)

### 1. 背景

近年、デジタル技術活用の重要性が高まってきている。

一般財団法人渋谷区観光協会では、以前より企業と協力することで渋谷が抱える課題解決を図ってきた。そして、コロナ禍により各国との往来が制限される今、オンラインを利用した新たな取組を実施している。

渋谷区観光協会のデジタル技術活用施策をベストプラクティスとして取り上げる理由は、取組事例の紹介とともに、施策を展開する際の協会の考え方が、他地域において参考になると考えるからである。

今回は Google の技術を活用した「デジタル観光戦略」と、Airbnb との提携による「オンライン体験」の2事例を紹介する。

### 2. デジタル技術活用のきっかけ

コロナ以前は多くの訪日観光客が訪れていた渋谷だが、多くが「ハチ公」や「スクランブル交差点」などがある渋谷駅付近の滞在に留まるとともに、写真撮影が終わると回遊することなく他のエリアに移動し、消費につながりにくいという課題があった。2019年夏、東京2020大会の開催が迫るなか、企業が持つデジタル技術を活用することにより、観光客の回遊性の向上及び域内消費の増加を目指すことになった。

ターゲットとしたのは、欧米からの観光客だ。協会の小池事務局長いわく、これらの地域から訪れる人は、渋谷を「東京のカルチャーを体験できる場所」と認識しているという。よって、飲食のほか、アート・音楽・ファッションをはじめとする文化体験目当ての人が多く、写真撮影後すぐに他の場所に移るアジアの人々に比べて、滞在時間が長くなる可能性が大きい。

### 3. デジタル技術活用の取組事例

#### (1) デジタル観光戦略

まず1つめの事例は、Google の技術を活用した、外国人観光客の回遊性の向上及び域内消費の増加を目的とする取組だ。令和2年1月27日に、渋谷区とともに、「デジタル観光戦略」を発表し、その一環として下記の取組を行った。

- ①「Google マップ」と二次元バーコードでおすすめ場所やルートを案内
- ②Google アシスタント通訳モードを活用したどこでも観光案内コーナー

①は、区内各所に掲出するポスターやステッカーの二次元バーコードを読み込むことで、訪日観光客にニーズの高いスポットやおすすめのルートを「Google マップ」に表示するも

のだ。スマートフォンがあれば街の看板などが読めなくても行きたい場所にたどり着くことができる。協会としては、渋谷駅付近の滞在に留まっていた観光客を区内の他のエリアに呼び込むことができるとともに、飲食店などのスポットを紹介することで消費につなげることができる。同時に、喫煙所マップなどの情報も併せて提供することでマナーの啓発も行っている。



「Google マップ」の表示画面（イメージ）

### 喫煙所マップ・リスト



> [喫煙所マップ・リスト \(Google Mapのページ\)](#)

二次元バーコードの読み取りでマップが表示（渋谷区 HP）

②は、渋谷駅前の観光案内所「SHIBU HACHI BOX」等に、多言語で会話ができる機能を搭載した「Google Nest Hub」を設置し、活用するものだ。これにより、30言語でコミュニケーションをとることができるようになった。



観光案内所に設置している Google Nest Hub



観光案内所「SHIBU HACHI BOX」

渋谷区観光協会は、事務局員以下7名体制で観光案内関連、インフラ整備などを行っている。金銭面も決して潤沢ではないことから、人的・資金的リソースの不足を補うため多くの企業と協力して事業を展開している。Google が持つソリューションを活用することで課題の解決を図ることができると考えたことから「デジタル観光戦略」が進められることとなった。

## （2）オンライン体験

事例の2つ目は、旅行コミュニティプラットフォームの Airbnb Japan 株式会社と連携した、コロナ禍でも渋谷を体験してもらうことを目的とするオンライン体験だ。同社は、令和2年4月に世界各地で新たにオンライン体験の提供を開始するなか、都市圏モデルのシェア観光事業創出を謳う<sup>うたう</sup>渋谷区観光協会と以前から接点があったこと、またコロナで途絶えたインバウンドで低迷する観光業の新しい事例づくりを目的とし、同年4月に協会へ打診、実施が決まった。

以下がオンライン体験の概要である。

<概要>

○体験内容：国際文化観光都市渋谷が誇る渋谷ならではのユニークなコンテンツを、渋谷区観光大使をはじめとするホストが、Airbnbプラットフォームを通じて世界に提供する。

○実施主体：渋谷区観光協会、Airbnb

○コンテンツ：

- ◆「あっくんと渋谷酒学↑」
- ◆「東間屋 -和のカクテル-」
- ◆「地元の人と渋谷での一日」(※)
- ◆「KABA. ちゃんと渋谷再発見-バーチャルお散歩」
- ◆「東京・渋谷のバーチャル旅行」
- ◆「ラーメンの達人になろう」(※)

※令和3年3月時点で販売中

○申込方法：Airbnbの特設サイト (<http://airbnb.jp/shibuya>) より申し込み

○定員：コンテンツにより異なる(各回5~10人程度)

○体制：企画説明・掲載サポート等：Airbnb 関係各所との連絡調整：渋谷区観光協会  
ホスト(案内人)：あっくん、KABA. ちゃん ほか

○時期：令和2年4月 Airbnbから渋谷区観光協会へ打診  
令和2年7月2日 15:30~ オンライン体験提供開始  
令和3年3月時点 2コンテンツ実施中

Airbnbと協会が出会ったきっかけは、これまでとは違った新しい体験を提供し、地域内のさらなる観光振興に取り組むことを目指して平成31年3月に設立されたプロジェクト「PLAY! SHARE SHIBUYA」だ。区内のユニークスペースや商店街、区民はもちろん渋谷に関係する様々な人々のスキルやモノ等を新たな観光資源としてシェアするもので、Airbnbは約10社いるシェアリングパートナーのうちの1社である。賛助会員であることが本プロジェクトの参加要件で、各企業は「Slack」や「Facebook」などのオンラインプラットフォーム上で個別にやりたいことを協会に提案、話がまとまれば事業化に向けて進んでいく。

実施に向けて、Airbnbは主にオンライン体験の企画とコンセプトの説明、実際のホスト候補者への企画・掲載サポートを担い、協会は、観光大使であるタレントの「KABA. ちゃん」「あっくん」のほか、渋谷のDJバー「東間屋」の店主、観光案内所のスタッフをはじめとするホスト(案内人)と企業との間に立ち、連絡調整を行った。約3か月の準備期間を経て、「KABA. ちゃん」が街を案内する「渋谷再発見バーチャルお散歩」や、「東間屋 -和のカクテル-」と称して、店主が街とバーの特徴、おすすめの遊び方などを紹介するツアーを開発した。このほか、観光案内所のスタッフによる「地元の人と渋谷での一日」「東京・渋谷のバーチャル旅行」など計6つのオンライン体験が完成した。そして、同年7月2日よりAirbnbの特設サイト上で掲載することとなった。



PLAY! SHARE SHIBUYA



渋谷再発見バーチャルお散歩

## 4. 実施結果

「デジタル観光戦略」は、新型コロナウイルス感染症の拡大により訪日観光客が大幅に減少したことで効果検証まではできていないという。だが小池事務局長は「少ないリソースで体制を構築できたことは大きい」と手ごたえを感じている。今後の目標については、「世の中のインパクトを作れたとは思いますが、まだ多くの人に使ってもらおうという段階までは至っていない。渋谷の街の情報は入れ替わりが多いため、今のうちに先を見据えて情報の再構築をしていきたい。そして訪日観光客が復活した際に役立てたい」とのことだ。

また、Airbnb との提携によるオンライン体験はメディアに大きく取り上げられた。プログラムによっては、すぐに予約定員が埋まったものもあり、現在も実施中の「地元の人と渋谷での一日」は、提供開始以来累計 300 人を超える人々が参加している。いずれの体験の参加者からも、「現地の人しか知らない渋谷のディープなカルチャーが知ることができた」「ぜひ渋谷に行ってみたい」との感想が寄せられ、協会では、今後もオンライン体験を継続していく考えだ。

## 5. 考察

### (1) 協会の基本的な対応方針

2つの事例から基本的な対応方針について考察する。

協会のモットーは、「断らない」「選ばない」という考え方だ。なぜ、断ることなく、選ぶことなく数多くの事業を実施できるのか。その理由は、企業が期待するものが、協会の人的・資金的な負担ではなく、人脈・影響力であるからだ。「自社の技術を活用してイベント等を実施したい。そのために協力してほしい」などの相談が日々寄せられる。これに対し、協会が持つ人脈を提供することで、企業は、単独では出会うことができない人々と出会うことができ、それが大きな付加価値となる。これこそが各社が求めるものなのだ。Airbnb との連携によるオンライン体験の際も、協会がホスト（案内人）と同社との間を取り持つことで、バー店主がお酒の飲み方を紹介する「東間屋 -和のカクテル-」や観光案内所のスタッフが街を紹介する「地元の人と渋谷での一日」などの、地域ならではのツアーを販売することが可能となった。その結果、参加者からの大好評を得たほか、メディアの注目を集めることにつながったのである。

## (2) 企業との連携によるメリット

企業との連携は、協会側にも大きなメリットがある。コロナ前までは、渋谷に来る人々に対してどう楽しんでもらうかに注力しており、街に興味を持ってもらい、将来の来訪につなげるための取組にはあまり力を入れてこなかった。だが、Airbnb との連携により、いつか訪れてもらうために今準備を進めることの重要性を実感し、今後もオンライン体験の提供を継続していくこととなったのである。

## (3) 企業・協会・地域三者の Win-Win-Win 関係

企業側のメリットとして、協会をはじめとする、いわゆる「公」と組むことにより自社の技術・製品を地域に根付かせることができるとともに、メディアなどに取り上げられることで知名度向上を図ることができるという点があるが、連携によってメリットを得るのは2者だけではない。地域を巻き込みながら進めていくことで、3者それぞれの Win-Win-Win 関係につなげることができるのだ。協会は渋谷に 59 存在する商店街と良好な関係を保っており、これが、企業との連携において大きな力となっている。

## (4) 展望

今後の展望について小池事務局長は、「コロナで訪日観光客が大幅に減少したが、だからこそできたことがある。」と語るとともに、「これからも地域を盛り上げていくための活動をすすめ、将来的には渋谷を国際文化観光都市 SHIBUYA として世界に名を連ねる街にしていきたい」と語っている。

## <おわりに>

ニュースでもよく渋谷区観光協会の先進的な取組を目にすることがあり、どのようにして様々な種類の事業を同時並行でスピード感を持って実施していけるのか不思議に思っていました。今回、お話しを聞き、対応方針こそ、数多くの先進的な取組を実施する秘訣であると感じました。また、「PLAY! SHARE SHIBUYA」について、企業との連携によって課題の解決を図ることができることは大きなメリットだと感じました。

コロナで厳しい状況が続くなか、観光客が来ない、先が見通せないなど多くの悩みを持つ方々が多くいるのが現状だと思います。ただ、その一方で、オンラインツアー、マイクロツアーリズムなど、新たな旅のカタチが登場しました。今は未来への種まきを行う重要な段階だと思います。コロナ後の観光需要の回復を見据え、本事例を参考に今後の施策を検討してみたいかがでしょうか。

【取材協力先】

一般財団法人渋谷区観光協会 理事兼事務局長 小池ひろよ 様

Airbnb Japan 株式会社 公共政策本部 横田博之 様

グーグル合同会社 プロダクト マーケティング マネージャー 富田ちえ 様

【取材日時】 令和3年2月9日

【関連リンク】

【渋谷区観光協会 HP】 <http://play-shibuya.com/>

【PLAY! SHARE SHIBUYA】 <http://play-shareshibuya.com/>

【Airbnb】 <http://airbnb.jp/shibuya>

(地域振興部事業課 仲谷)