外国人旅行者を迎えるための

バス事業者編

心のバリアフリーガイドブック

公益社団法人 日本観光振興協会
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION

訪日外国人旅行者4000万人時代はすぐそこに
世界の人の便利な交通機関として
日本の良さを伝えよう!

政府は、『観光先進国』への新たな国づくりに向けて、2016年3月30日に『明日の日本を支える観光ビジョン構想会議』において、新たな観光ビジョン『明日の日本を支える観光ビジョン』を策定。その中で、下記のような目標を掲げ『世界が訪れたくなる日本』を目指し、観光ビジョンの施策の実行に、政府一丸、官民一体となって取り組んでいます。

取り組みの成果は確実に表れており、2019年の訪日外客数は3188万人（日本政府観光局〔JNTO〕推計値）となりました。

日本で利用した公共交通機関を見てみると、バスは在来線に次ぎ多くの外国人旅行者利用しています。一方で、利用者が増えた分、「構内、乗り場、車内の利用」「駅での切符／ICカード購入」「ルート検索」などを中心にまだまだ対策の必要があるという結果も出ています（出典：観光庁「『訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート』結果（平成30年度）」）。

このパンフレットを通して、日本にやって来るお客様の便利な交通手段として、もっと利用しやすく身近な存在となり、ひいては売上増加につながるノウハウを少しでもお伝えできれば幸いです。

訪日外国人旅行者数

2020年：4000万人→2030年：6000万人

訪日外国人旅行消費額

2020年：8兆円→2030年：15兆円

地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年：7000万人泊→2030年：1億3000万人泊

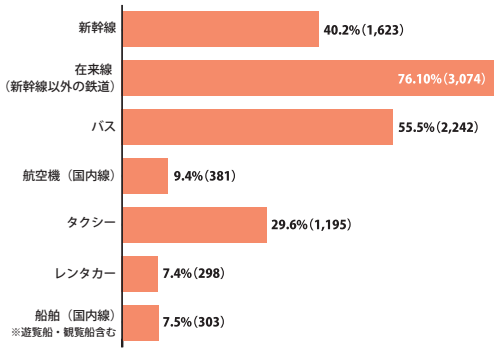
外国人リピーター数

2020年：2400万人→2030年：3600万人

出典：観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」－世界が訪れたくなる日本へ－概要（平成28年３月30日策定）より一部抜粋

旅行中に利用した公共交通機関

今回の訪日旅行にて、利用した公共交通機関を全て教えてください
（母数：全体、n=4037、複数選択、％（該当交通機関利用者数））



出典：観光庁「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」結果（平成30年度）

Contents

日本のインバウンドの変化とバス業界における対応と今後 …… 3
外国人観光案内所に寄せられた訪日外国人旅行者の声 …… 6
訪日客受け入れの第一線に立つバス事業関係者の現状と対策 …… 7
あなたの会社もできる！ バス事業者のためのインバウンド対策事例集 …… 15
ラストワンマイルをカバーする　二次交通のインバウンド対策 …… 18
何をもって「心のバリアフリー」と言えるのか　受け入れ体制と心構え …… 19

～外国人旅行者を迎えるための心のバリアフリーガイドブック　バス事業者編～

2020年2月28日発行：公益社団法人日本観光振興協会　http://www.nihon-kankou.or.jp

編集・制作・印刷：株式会社REGION

取材協力：公益社団法人日本バス協会、新宿高速バスターミナル株式会社、株式会社丸一観光、富士急行株式会社、株式会社はとバス、公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団、ニッポンレンタカーサービス株式会社、日本交通株式会社、一般財団法人国際観光サービスセンター（ITCJ）

日本のインバウンドの変化とバス業界における対応と今後

訪日外国人が急増していることは、皆さんよくご存じでしょう。しかし、その中身をよく見ると、彼らの旅行形態には大きな変化が起こっています。

その変化とは、大きく分けて3つ。すなわち、「FIT（個人自由旅行）化の進展」「目的地の多様化」「発地国の多様化」です。バス業界は、これらの変化にどういう対応を求められているのでしょうか？

成定 竜一
高速バスマーケティング
研究所株式会社 代表

「インバウンド」の変化とバス業界

インバウンドに起こっている変化は、バス業界に以下のような影響を与えています。

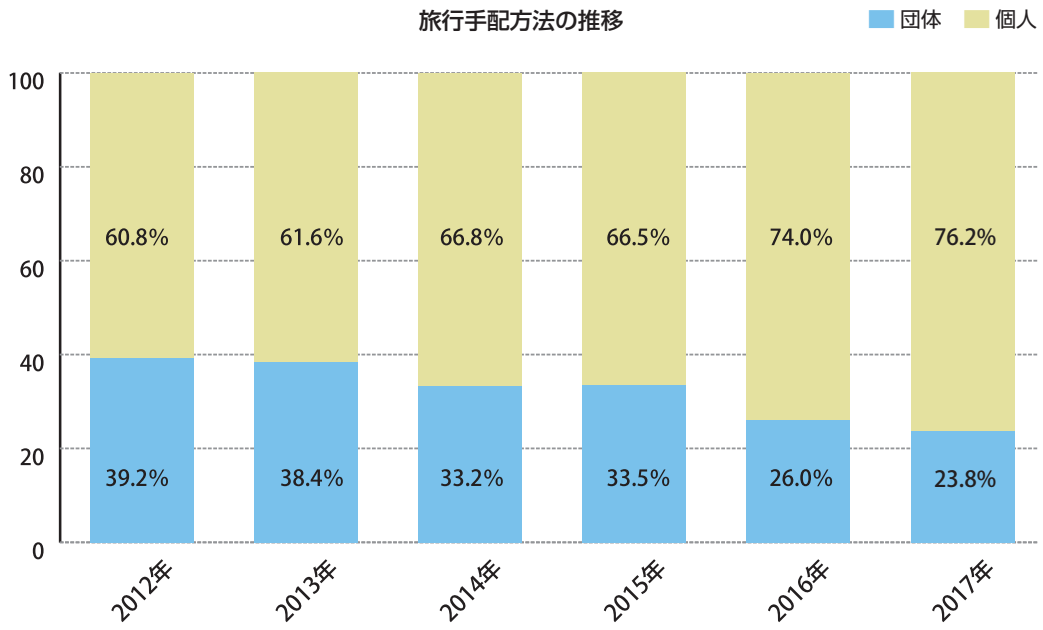
1 インバウンド対応の「主役」が交代

まず、「FIT化の進展」とは、訪日客の旅行形態が、従来の団体ツアーやパッケージツアー中心から、家族や知人といった個人旅行中心に変化していること。ビザ（査証）の発給要件緩和や旅慣れたリピーター比率の上昇、団体ツアーの習慣があまりない欧米などからの旅行者の増加、といった背景があります。

ツアーであれば、入国後は主に貸切バスで移動しますが、FITは公共交通機関を使います。そのため、インバウンド対応の主役は、貸切バス事業者から、乗合バス（高速バスなどを含む）事業者へと移ってきています。

2 個別の対応が必要に

ツアーの場合、旅のプロである旅行会社が旅程を作成し、日本語を話す添乗員が同行しますが、FITは自身で情報収集をして旅程を作成するので、乗合バス事業者らは、時刻や運賃などについてウェブサイトを通して外国語で発信する必要があります。また、添乗員や通訳は原則として同行しませんから、発券窓口や車内で、外国人と直接やりとりをする必要があります。



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」[観光・レジャー目的]

3 全国津々浦々に

従来のインバウンド・ツアーは、人気の観光地を駆け足で回るコースが中心でした。特に「ゴールデンルート」と呼ばれる、東京、富士山、京都や大阪を4泊程度で巡るコースに集中していました。しかし、旅慣れたリピーターは「より深い日本」を求めて全国各地を旅します。ちょうど、日本人の海外旅行が、かつての「ロンドン、パリ、ローマの旅」中心から、世界中の国、田舎町などに向かうようになったのと似ています。

さらに、海外でレンタカーを運転するのはハードルが高く、左側通行で道路標識は漢字中心である日本では、より難しいと思われます。また、中国本土（香港などを除く）の運転免許では、国際免許の制度上、日本で自動車を運転することができません。湯布院（大分県）、白川郷（岐阜県）、富士山五合目（山梨県）などFITに人気の観光地は鉄道が不便なところが多いこともあり、乗合バスの役割は重要です。

乗合バス事業者に求められる対応

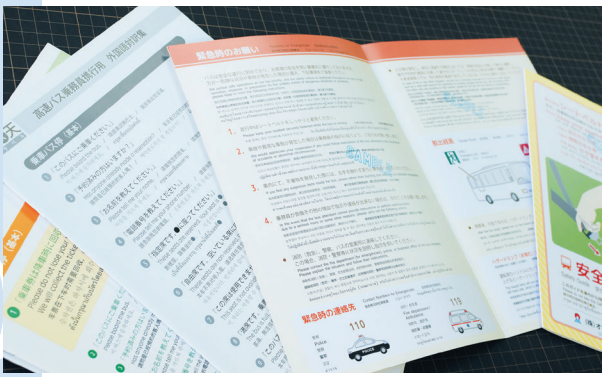
そのような変化を踏まえ、以下の対応が求められています。

1 観光需要に応える路線展開

乗合バス（地域の路線バス、高速バス）の多くは、主に地元在住の利用者を想定してルートやダイヤが作られています。典型的な高速バス路線（片道200km程度の昼行路線）を例に挙げると、クルマ社会である地方の乗客に配慮して、パーク＆ライド駐車場を経由します。地方在住の利用者が大都市で用件（出張や買い物など）を長い時間こなせるよう、「上り便」の始発は早朝に、「下り便」の終車は深夜になるようダイヤが組まれています。

一方、午前の「下り便」と午後の「上り便」は、多くの路線で乗車率が高くありません。これらの時間帯は観光需要を期待できますから、パーク＆ライド駐車場や鉄道駅だけではなく、観光施設や宿泊施設を積極的に経由することが重要です。

「よく使う会話」を多言語化し、車内常備する例も



2 多言語での情報発信

今後、乗合バス事業者のウェブサイトは、多言語（少なくとも英語）対応が必須と言えます。しかし、ウェブサイトの制作はもちろん、ダイヤ改正時などの情報更新にも手間とコストが必要です。とはいえ、日本語サイトの全ての情報を外国語訳する必要はありません。「整理券方式中ドア乗車、交通系IC利用可」といった乗車方法に関わる最低限の情報と、空港連絡バスや観光地路線などFITの利用を見込める路線の概要、と優先順位を付けて外国語対応することが重要です。

なお、時刻表データを定められた方法で「オープンデータ」として公開すれば、世界的な経路検索サービスなどに、時刻や停留所の位置が表示されるようになります。

3 現場での外国語、外国人対応

予約センターや発券窓口、乗務員らが直接対応する必要が生まれています。

テレビ電話による通訳サービス、携行用の音声翻訳機、多言語表示のデジタルサイネージなどを導入する事業者も増加しています。

これまで乗合バス事業者は、「地域の足」という役割を自任する一方、観光客、特にインバウンドの対応は、漠然と「貸切バスの役割」だと考えてきた会社が多かったはずです。しかし、地元に観光客を多く呼び込むことも、乗合バス事業者の重要な役割の一つになろうとしています。

貸切バス事業と、変化するツーリズム産業

貸切バス事業者は、より大きな変革を求められています。訪日客はもちろん、邦人（国内）旅行者も、従来型のバスツアーを「お仕着せ」と感じるようになっています。同時に、社員旅行など「社会

的な旅行」はますます減少し、少子化により教育旅行市場も縮小しています。

それでは、その逆境に貸切バス事業者はどう対応すべきでしょうか？

1 「着地型ツアー」の取り組み

従来の、発地（大都市や海外などの市場地）の旅行会社が企画するツアーは、平凡な行程になりがちです。しかし、着地（現地）の旅行会社なら、その土地の人しか知りえない地元の魅力を盛り込んだ、個性的なツアーを企画できるはずです。それが「着地型ツアー」です。

一次交通（現地までの航空、新幹線など）や宿泊を旅行者自身がウェブ上で予約するようになった今、個人旅行者が、行程の一部のみ現地で参加する着地型ツアーが注目されています。

今後、ウェブ上で着地型ツアーを比較しながら予約できるサービスが定着すれば、貸切バス事業者は、自社で旅行業免許を取得して自らツアーを組み、地元に誘客を図る役割を担えるようになるのです。

これに限らず、有名観光地を総花的に回る従来型のバスツアーではなく、「車両も、宿泊や食事も超豪華」とか「歴史やスポーツ体験といったテーマが明確」といった個性的なバスツアーに対応する必要があります。

2 車両やサービスの多様化

東南アジア各国の富裕層には、10人程度の大家族で訪日し、観光を楽しむケースが目立ちます。マイクロバスの座席定員を減らして豪華な車内に改装したり、外国語を話す専属アテンダントを配置したりするといった取り組み事例が増えています。

小学校のクラス定員を基準とした、45席基準の汎用車両にこだわる理由は減っているのです。

日本におけるツーリズム産業は、国内客も訪日客も、団体ツアーを前提にしてきた傾向があります。一方、人々は豊かになるとともに旅慣れし、個人の興味関心に基づき自分のペースで個人旅行を楽しむように変化しています。

まずは、公共交通を乗り継ぎながら広域を旅行するコース「観光回廊（コリドー）」を整備し、優先的に観光客向けの二次交通（現地の足）や着地型ツアーの拡充、現場での多言語対応などを進める必要があります。

バス業界の皆さんは、「観光立国」という、この国の次なる生き様の一翼を担うという責任感と誇りを大きく胸に期する必要があります。同時に、我が町に遊びにきてくれる世界の人たちをお迎えする役割を、皆さん自身が楽しませてもらう、そんなチャンスも手にしているといえるのです。

成定 竜一（なりさだ・りゅういち）
1972年生まれ、早稲田大学商学部卒。高速バスマーケティング研究所株式会社 代表。
株式会社ロイヤルホテル、楽天バスサービス株式会社取締役を経て2011年同社設立。バス業界向けにコンサルティングを提供。国土交通省委員を歴任し、メディア出演多数。

海外富裕層向け特別車両の事例

外国人観光案内所に寄せられた訪日外国人旅行者の声

日本でバスを利用するメリットって何？バスを利用しにくい理由ってあるの？

訪日外国人旅行者は日本を訪れて、どのようなシーンでバスを利用するのでしょうか？
また実際バスを利用する際、どんなことに困っているのでしょうか？
ここでは、東京の玄関口でもある成田国際空港第1 ターミナル・第2 ターミナルの外国人観光案内所、東京駅JR EAST Travel Service Centerに寄せられた生の声をご紹介します。

CASE 1 コストパフォーマンスが高い旅をしたい

東京から松本を経由して高山で2泊、その後京都へ行きたいです。京都には1週間滞在、関西空港から沖縄へ出発する予定です。電車でのアクセスも検討しましたが、割高だったのでバスのフリーパスを利用して行きたいです。
〈オーストリア　40代男性2人〉

東京から広島、京都、福島、仙台、札幌、青森などを旅行しようと思っています。予算を抑えるためにバスで周遊したいです。
〈インド　70代男性〉

CASE 2 目的地までの足として利用したい

出羽三山の羽黒山と月山まで行きます。山形駅からはバスがありません。鶴岡市内からはバスが出ているので、まず山形駅から鶴岡エスモールまでバス（2時間、予約不要）で行き、そこからバスを乗り換えて羽黒山頂まで（約50分）。羽黒山頂から月山8合目まではバスで行くことができます（約1時間）。
〈ニュージーランド　20代男性〉

愛媛県上浮穴郡久万高原町にある「由良野の森」まで行きます。JR岡山駅から瀬戸大橋線特急しおかぜで松山駅まで行き、JR四国バスに乗り換え久万高原駅へ。そこから最寄りの集落や遍路道などを通る町営バスに乗ります。
〈スリランカ（イギリス在住）　50代男女〉

姉妹3人で京都と熊野古道に行きます。紀伊田辺駅からバスで滝尻王子に行き、1泊2日で熊野本宮大社まで歩き、そこから紀伊田辺駅にバスで戻る長いコースか、同駅からバスで発心門王子まで行き、2時間半～3時間歩いて熊野本宮大社まで行くコースを考えています。
〈60代夫婦（夫：日本　妻：アメリカ〔日系〕）〉

Snow Monkeyを見に地獄谷野猿公苑まで日帰りで行きます。長野電鉄で長野から湯田中まで直通で行き、湯田中から上林温泉間はバスを利用します。
〈ドイツ　50代女性〉

CASE 3 バスを利用したいが、不安や不満がある

京都ではバスを利用して観光してきました。東京でもバスを利用して観光したいと思っていますが、システムや乗り降りに不安があります。
〈ポルトガル　20代女性2人〉

収納スペースが小さいという理由や、走行距離が長いので壊れる可能性がある、他のバス利用者の荷物を傷つける可能性も高いという理由で、折りたたみ自転車を乗せてくれる高速バス会社が少ないのが不満です。
〈トルコ　20代男性〉

提供：一般財団法人国際観光サービスセンター（ITCJ）

訪日客受け入れの第一線に立つバス事業関係者の現状と対策

外国人旅行者のバス利用が増加！現場ではどんな工夫や対応をしているの？

インバウンドを中心に、急成長を遂げる観光産業。移動に必要な交通機関として、鉄道と並び重要な役割を果たすのがバスです。ここでは、訪日外国人旅行者受け入れに積極的な日本バス協会、富士急行、はとバス、丸一観光、新宿高速バスターミナル（バスタ新宿）にお話をうかがいました。取材を通じ、「心のバリアフリー」実現のために有効な工夫や課題が見えてきました。

1 できることから始めよう。訪日外国人旅行者対策

訪日外国人旅行者が急増する中で、バスを利用する外国人旅行者が年々増加しています。富士急行では、富士山が世界遺産に登録されたことで、さらに増えているそうです。さらに、利用者の中心が団体客から個人客へ移ってきています。日本バス協会によると、日本が2度目、3度目といったリピーターが増えているとのこと。

これまでバス事業者は、バスの安全運行を第一に考えた接客を行っておりましたが、外国人旅行者、特に個人客が増加することで、高速バスや観光遊覧バス、路線バスなどあらゆる運行形態において外国人乗車客が増加し、多言語対応や外国人に合った接遇・サービスの拡充が急務になってきました。あるいは対応せざるを得ない状況になっているとも言えます。

全てを完璧にしなければいけないということはありません。できることから始め、ストレスなく安全運行していくことが重要だと言えます。

Step 1 インバウンドの影響があまりない地域も、今後どのような変化が起こり得るのか。まずは、自治体のホームページや、日本バス協会のアクションプランをチェック！（P9参照）

Step 2 心のバリアの一番の要因“ことばの壁”。研修で備える、テクノロジーを利用するなど、状況に合った対策を見つけよう！（P10~11参照）

Step 3 取り組み方は各社によってさまざま。コストはかかるが、乗務員のストレス軽減やトラブル回避につながることも。まずは、できることから始めよう！（P14参照）

2 FIT化の現状を知ろう

Point

- **大都市は交通網が整っており、個人で旅行しやすい**
- **ネットに繋がりさえすれば、個人で観光できる**
- **ツアー客、団体客が減少。路線バス利用客の増加、混雑**

はとバス

首都圏を中心に観光バスツアーを運行しているはとバスは、訪日外国人旅行者の個人旅行増加によりバスツアーへのニーズも多様化していると感じているとのこと。都内は交通インフラが整っており、個人での観光もしやすい環境です。訪日外国人のお客様にバスツアーをご利用いただくためには、バスツアーでしか体験できない企画作りやおもてなしを高めていくことが重要だと考えています。

MARUICHI GROUP

地方でも団体客から個人客への変化への対応が急がれています。10年ほど前からインバウンド需要に着目し業績拡大に成功した石川県の丸一観光も、数年前までは訪日外国人団体客が右肩上がりで増加してきましたが、現在は団体客の成長が鈍化。代わって増えている個人客をどう取り込んでいくかが最大の課題となっています。

富士急行の河口湖を周遊する「レッドライン」は、訪日客に人気

Q&A

Q：予約のお客さんが時間になっても現れず、遅れてくることがよくあります。どのように対応するのが良いでしょうか？

A：何が原因になっているのかを突き止めるのも一つの手かもしれません。ロッカーに預けていた荷物の取り出しがスムーズにいかないなど、何か理由がある場合でもバスの出発時刻は延ばせないという、注意書きがあると有効です。また、注意書きが日本語表記だけになっていて理解できていない場合もあるので、外国語で目立つところに掲示するのも良いでしょう。

新宿高速バスターミナルにあるロッカーは、注意書きを多言語で表示している

インバウンド振興のための バスサービス向上アクションプラン

訪日外国人旅行者の増加や個人客化の流れを踏まえて、日本バス協会は2018年2月に「インバウンド振興のためのバスサービス向上アクションプラン」を策定しています。

観光需要を取り込んだ便利で利用しやすいバスサービスの提供

- 鉄道と路線バスの共通乗車券の販売
- 訪日外国人旅行者の観光需要を取り込んだ路線バスの推進
- 高速バス路線の充実と相互利用可能な共通乗車券の販売
- 魅力ある定期観光バスの振興など

多言語での案内の推進

- バスターミナル、バス停留所、バス車両、観光地案内板等における多言語表示の推進
- JNTO、旅行会社等と連携した多言語でのバスサービスの案内と海外での認知度向上
- バス系統ナンバリング

Wi-Fiの整備推進

訪日外国人旅行者の利用が多いバスターミナルや主要国際空港のアクセスバス及び長距離高速バス路線について、2018年度中に100%の設置を目指す

はとバスの待合スペースではWi-Fiに接続するとこうした画面が表示される。全車両に設置するとコストがかかるが、待合スペースだけでも効果あり

貸切バスの輸送力強化、サービス改善

- 輸送力の確保
- 貸切バス事業者によるアライアンス
- ドライバー融通支援

全国の貸切バス事業者が連携し、設立した"Japan Coastline Alliance"。海外旅行会社等にインバウンド向け広域周遊バス旅行商品を開発・販売する

3 ことばの壁

バスの運行形態にかかわらず、乗車する外国人旅行者が増えると運転手にかかる負担が増大するのは間違いありません。バスの運転手と外国語との相性は良くないようで、バス事業者は「語学が堪能な運転手は少ない」「英語にアレルギーを持つ運転手もいる」「地方のバス運転手は高齢化が進んでいることもあり、語学習得のハードルは高い」と口を揃えます。中には、英語が苦手と感じながらも、積極的にコミュニケーションを取ろうとしている運転手も。

各社とも運転手の外国語対応には、さまざまな工夫を凝らしています。

Point

- **乗務員に語学習得の無理強いをしない**
- **日本語でも良いので「ありがとうございます」や「いってらっしゃいませ」と伝えることが大切**
- **条件に合った手段を選ぶ**

CASE 1 三者間通話の導入

富士急行では通訳センターと事務所の電話をつないで三者間会話（英語・中国語対応）ができる通話システムを導入。コアな問い合わせや忘れ物の問い合わせなど、込み入った会話が必要な場面で大いに助かっています。三者間通話なので、通訳が話している間も会話を聞いていることができ、バス会社としての専門知識が必要な際には適切に通訳をアシストできるのも利点です。

CASE 2 テクノロジーの活用

緊急時には、翻訳アプリや「ポケトーク」などが活躍するそうです。例えば2019年の大型台風襲来でバスの運休が相次いだ際には「本日は、これ以降のバスは全て運休となっております」といった内容を「ポケトーク」で翻訳し、そのまま音声を直接マイクで拾って館内アナウンスを流したこともあったそうです。複数の言語でのアナウンスを急遽、状況の変化に応じて繰り返し流さねばならない時に助かりました。定型文をストックしておけるのも便利です。

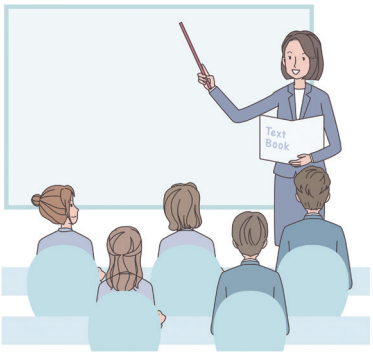
外国人旅行者とバス事業者とのコミュニケーションの場で、AIなど進化が目覚ましいテクノロジーと、ヒューマンタッチの融合が求められているのは、他の観光関連事業者の場合と同じ状況と言うことができそうです。

「POCKETALK（ポケトーク）」は、お互いに相手の言葉を話せない人同士が自国語のままで対話できる、双方向の音声翻訳機

CASE 3 研修実施

富士急行では、新規採用の乗務員に実施している研修の一環として「英語対応研修」を行い、外国人乗車客に対して必要となる英語アナウンス、例えば『このバスは○○行きです』『後ろ扉から乗車してください』といった基本的な言い回しを中心に教えています。

さらに、2018年からは年に1回のペースで「カタカナ接客英語研修」を開始。目的は、実用的な英語術の習得。例えば、分かっているつもりで日本風に『チケット』と発音しても通じないので『ティケッ』と発音するように指導するなど、実践的なレッスンを行っているそうです。同じ「Please」でも、『プリイズッ!』と強く発音してしまうと威圧的な印象を与えてしまうため、『プリイ～ズ』とソフトに発声するようにといった具体的な指導をすることで、受講者にも好評を博しているそうです。

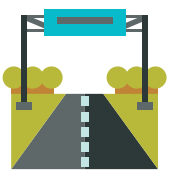


4 ナンバリング対策

Point
- **日本語表記のバス停は、外国人にとって非常にわかりづらい**
- **多言語表記する必要がなく、分かりやすい**
- **トラブルやクレームが軽減するため、運転に集中できる**

国土交通省も推奨している「バスナンバリング」。富士山や富士五湖、御殿場プレミアム・アウトレットなど、訪日外国人に大人気の観光地を沿線に抱える富士急バスでは、訪日外国人旅行者の増加に合わせて段階的に外国人対応を強化してきました。語学に堪能なスタッフを、鉄道とバスの結節点となる駅頭に配置したのが出発点です。パンフレットの多言語化、路線名のアルファベット化やバス停のナンバリングなどを推進してきました。「忍野八海」や「浅間神社」など英語圏の人には聞き取りにくく発音しにくいバス停名も、ナンバーで説明すれば分かりやすく、外国人対応に追われるバス運転手などの負担軽減につながっているそうです。

新京成電鉄グループの松戸新京成バスは会社略称の「MS」と3桁の数字を組み合わせています。視覚での効果を高めるため、バス車内の液晶画面で案内しているバス停名にナンバリングを追加するとともに、起終点や主要バス停名を英語でも表示しています。また、静岡県の遠鉄バスは、方角別の主要街道を通る路線を軸に系統ナンバリングを導入しています。ナンバリングと組み合わせた観光施策として、遠州浜温泉まで行くバスには、温泉マークが付いているものもあり、目印となっています。



河口湖駅には、バスの出発時刻と行き先、乗車位置がデジタルで掲示されている

アルファベットと数字のナンバリング

新宿高速バスターミナル（バスタ新宿）4F　高速バスのりばフロア

5 訪日客からのクレームと課題

バスの遅延

中間地点での情報が得られないことで、訪日客が不安を感じてクレームに発展することも。バスロケーションシステム(P17参照)により、現在地などの情報を発信するのが望ましいですが、都道府県によって導入されている会社の差があります。

文化の違い

車内で大きな声での会話や飲食、マナーなどの問題があり、乗務員も必死に対応しています。混雑した車内でドアの開閉ができず、つい大きな声を出してしまうこともあります。すると、それに対して日本人のお客様から「なんてことをいうんだ」という声もお聞きします。一方で、車内飲食マナーについては「注意が足りない」とご意見をいただくケースもあります。

システムが複雑

日本のバスのシステムそのものが分からないという人も多いです。整理券というものが海外にはありません。ポーランドでは乗車時間で料金が変わるなど、その国によってシステムはさまざま。中でも日本は複雑なシステムなうえに、各会社によっても異なります。

Q&A

Q：混雑した車内で、運転席の横や立ち止まりが禁止されている場所に入られてしまい危険です。どのように注意するのが良いでしょうか？

A：危険なことは注意しなくてはいけないシーンもあります。ただ強い口調で注意するのではなく、少し言い方を変えて柔らかく伝えるだけでも効果はあります。「プリーズ」と一言付け加えられればベターです。

6 各社からのメッセージ

はとバス

私たち日本人は完璧な対応を求めがちですが、必ずしもそういうわけではありません。彼らは日本人はあまり英語を話せないと知っています。そのうえで日本へ訪れている人もいます。身構える必要はありません。身振り手振りで良いのです。困っている人がいたら、ちょっと手を差し伸べるだけでも十分なのではないでしょうか。

富士急行

富士急行では、訪日外国人旅行者の増加に合わせて段階的に外国人対応を強化してきました。

東日本大震災で落ち込んだ客足が戻り始めた頃から、語学に堪能なスタッフを鉄道とバスの結節点となる駅構内に配置したことから始まりました。

まずは何が必要なのかを考え、できることから始めるということが大切です。

新宿高速バスターミナル（バスタ新宿）

バスタ新宿は接客、ご案内が主な業務のため、比較的お客様対応がやりやすい面はあるものの、実際には日々試行錯誤の連続です。

多くの外国人旅行者がいらっしゃるので、留学生を採用したり、役職者が現場に出ることもあります。接客スタッフを対象に特別な教育を行うというより、現場での実践教育に力を入れていてます。積極的に最前線に立つことで、いや応なく接客することになります。最初は戸惑いますが、身振り手振りも交えて奮闘していると、そのうち慣れてきます。

まずは、勇気を持って笑顔でお客様と向かい合う姿勢がとても重要です。

丸一観光

私たちのような地域のバス会社は、常に地域やそこに暮らす住民、従業員と共にあるという意識が欠かせません。運転手や従業員が外国人を歓迎できる環境づくりが必要ですし、日本人乗客を含めて外国人旅行者を歓迎してくれなければ、インバウンドの受け入れ体制は進歩しません。外国人旅行者が道に迷っていたら、住民が「どうしたのですか?」と、日本語でもいいから話しかけてあげられる。そんな地域づくりを目指すこともバス会社として必要なことと考えています。

Q&A

Q：運賃とは別に、いきなりお金を差し出されて驚きました。受け取って良いでしょうか？

A：日本ではあまりなじみがありませんが、海外では多くの国でチップの文化があります。これは、親切にしてもらったドライバーさんや添乗員さんへの感謝の気持ちです。運転手と添乗員で折半、丸ごと会社に入れる、受け取らないなど、あらかじめルールを決めておくと良いでしょう。

あなたの会社もできる！
バス事業者のためのインバウンド対策事例集

ここでは、実際にバス事業者で行われているインバウンド対策や訪日外国人旅行者向けフリーパスなどについてご紹介します。さまざまな導入事例を参考に、できるところから対策を始めてはいかがでしょうか。

多言語化

＜タビマエの需要確保に不可欠＞

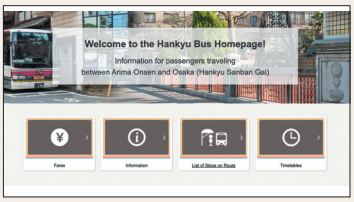
東京オリンピック・パラリンピックを目前に控える中、特に急増しているのが地方へのFIT（個人旅行）です。各地の観光多言語サイトが充実し、滞在中もスマートフォンでいつでも情報が取れるようになったといっても、路線バスや高速バスなどの公共交通はこれまで団体旅行に依存していたため、対応が遅れがちでした。

まずは、出発前に旅行情報を調べる訪日客に向けて、ウェブサイトを多言語化するのが必須。バス路線図、時刻表の他、バス乗り場の位置、フリーパスが使える区間、時間通りに来ない時の対応、停留所のイメージといった情報を多言語で整備したウェブサイトを構築することが望まれています。英語から始め、簡体字、繁体字、ハングルなどエリアに合った対応が求められます。

出典：富士急行バス　ホームページ（英語版）トップページ

＜ピクトグラムでわかりやすく＞

関西圏で路線バス、高速バスを運行する阪急バスのウェブサイトでは、トップページに料金（Fares）、案内（Information）、停留所の場所（List of Stops on Route）、時刻表（Timetables）がピクトグラムで表示されています。ピクトグラムとは、情報を伝えるための視覚記号のこと。ウェブサイトの多言語化、従業員の語学力向上はすぐに対応できるものではありませんが、インバウンド4000万人時代で受け入れは待ったなしの状況にある中、課題解決の糸口にもなるでしょう。



出典：阪急バス　ホームページ（英語版）トップページ

＜必要な情報を外国語でまとめて設置＞

バスの運転手やスタッフが外国語に不慣れな場合でも、お金の支払い方、乗り方をはじめとする必要な情報を英語などの外国語でまとめてバス車内や案内所に設置しておけば、コミュニケーションはぐっと楽になります。

写真での案内は、時には文字や言葉以上に効果があることも。新宿高速バスターミナル（バスタ新宿）では、台風で高速道路が通行止めとなり運休が相次いだ際、現地の様子を報じていたニュースの写真をプリントアウトしてスタッフが案内。言葉で説明して伝わらなかった外国人旅行者も、「これでは運休になって仕方ない」と納得してくれたそうです。

コミュニケーションツール

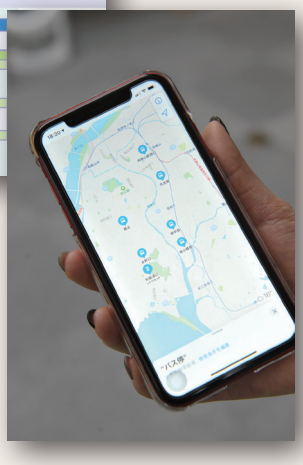
訪れる人々の国・地域が多様化することで、英語ならまだしも、中国語、韓国語、タイ語、フランス語で話しかけられると、全く理解できずパニックに陥ってしまってもおかしくありません。そんな時に役立てたいのが、インバウンド向けに次々と登場しているコミュニケーションツールです。情報センター出版局の「指差し会話ツール」は、導入しているバス事業者も多く、きっぷ関連から車内接客、忘れ物対応、運行トラブルまで、バスに特化した内容をオーダーメイドで制作しています。また、技術革新に伴い、スマートフォンやタブレットの多言語音声翻訳アプリを活用するケースも増加しています。国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）が運用している多言語音声アプリ「VoiceTra（ボイストラ）」は、話しかけると外国語に翻訳してくれる音声翻訳アプリで、31言語に対応しています。ダウンロード、利用ともに無料なので、利用しない手はありません。

Androidなら Google Play、iPhoneなら App Store にアクセスし、アプリ名で検索すれば、アプリをダウンロードすることができる（無料）

オープンデータ化

外国人旅行者の利便性向上で期待されているのが「オープンデータ化」です。これは、バス事業者が保有する運行時間、停留所の位置、料金などの情報が世界標準フォーマットで公開されるもの。これによって、時間・場所を問わず誰でもバス情報を入手することが可能になります。最近では、和歌山県の高野山、熊野地域を巡る路線バスの運行情報が、世界中で広く利用され、複数言語に対応している地図アプリ「Google Map（グーグルマップ）」で表示されるようになりました。

国土交通省国土政策局国土情報課
国土数値情報　ダウンロードサービス
http://nlftp.mlit.go.jp/ksj/index.html



オープンデータ化されることで、地図アプリでもバス停が確認できるように

バスロケーションシステム

利用者がスマートフォンやパソコンなどで運行状況を確認できるのが「バスロケーションシステム」です。バスが今どこを走行中で、あと何分くらいで到着するのか、あるいは通過してしまったかなどを知らせることができます。最近では、群馬県が実証実験を開始しました。システムには多言語に対応しているものもある他、フリーパスが利用できる範囲を確認するといったことも想定され、訪日外国人への対応が期待されています。

フリーパス

すでに数多くのバス事業者が導入している周遊フリーパス。多言語ホームページなどで事前販売することで、タビマエの旅行計画の段階からアプローチできる他、広域周遊を促して消費額を上げたり、定額よりお得なだけでなく、乗車の都度、運賃を支払う必要がなくなり、移動に対するハードルを下げたりする効果も見込めます。

フリーパスの取り組みは箱根や日光など有名観光地だけではありません。例えば、「TOKUSHIMA BUS PASS」は、徳島市や鳴門市など県東部エリアを運行する徳島バスと徳島市営バスの全路線・全区間が大人1500円、子ども750円で2日間乗り放題となる乗車券です。好評で、2020年9月30日までの期間延長が決まりました。

宮崎交通の「VISIT MIYAZAKI BUS PASS」は、宮崎市内を中心に高千穂や青島、霧島など8つの代表的な観光エリアまでの路線バスを1日乗り放題で利用できる乗車券と専用のパンフレットをセットしたものです。英語、韓国語、繁体字、簡体字の4言語対応。駅や空港、宮崎交通支店の他、主要ホテルでも販売しています。

宮崎交通　外国人旅行者専用フリーパス乗車券
"VISIT MIYAZAKI BUS PASS"

訪日外国人向け路線バス・フリー乗車券「TOKUSHIMA BUS PASS」

ラストワンマイルをカバーする二次交通のインバウンド対策

日本の隅々までカバーするのに欠かせないのが、タクシーやレンタカーの存在。インバウンド対策や現状などについて担当者にお話をうかがいました。

業界全体で訪日外国人向けのサービス強化 次世代に向けたハード・ソフト両面の充実も

日本交通株式会社

タクシー業界では、東京オリンピック・パラリンピックに向けて、「訪日外国人向けタクシーサービス向上アクションプラン」を策定。インバウンド旅行者のニーズに対応した、安全で快適なタクシーサービスの向上に尽力、開催後も高度化を目指し、継続して取り組んでいきます。

2015年からは英語による観光ドライバーの育成を目指す「TSTiE（タスティー）ドライバー認定制度」もスタートしており、2016年度から東京都が実施している「地域限定特例通訳案内士」に伴い、「TSTiEドライバー兼地域限定特例通訳案内士」も誕生しました。さらに、ユニバーサルデザインタクシーや外国語対応、スマートフォン配車システムなど、次世代に向けたハード・ソフト両面の充実も進められているところです。

日本交通では、英語対応専門のオペレーターを24時間体制で配置しています。また、タクシー配車アプリ「JapanTaxi」は英語、簡体字、繁体字、韓国語に対応しており、注文、行き先指示、クレジットカード決済までアプリ対応が可能です。特に、

韓国や台湾、東南アジア各国で利用されている配車アプリとの相互連携により、使い慣れたアプリでタクシーを呼べることから、集客の強化にもつながっています。

日本交通管理部秘書・広報担当野村貴史副部長によると、「タクシーは手を挙げて乗るケースが多いので、正確な外国人利用者数がつかめているわけではありません。タクシーは乗客との距離が近いので、専門的な業務員の育成や多言語対応ツールの整備ばかりでなく、筆談やスマートフォンの翻訳アプリなどで、コミュニケーションを取りやすいのも特徴です」ということです。

業界全体で利用環境の向上に取り組み インフラ整備による万全な受け入れ体制を

ニッポンレンタカーサービス株式会社

訪日旅行者数の増加が続く中で、外国人によるレンタカー利用も急増しており、その安全と利便性を確保するため、さまざまな課題の解決を図ってきています。全国レンタカー協会が2018年1月に策定した「訪日外国人向けレンタカーサービス向上アクションプラン」では、(1) 事故防止対策、(2) 利用環境の向上、(3) 予約の利便性の向上、が3本柱となっています。

利用環境の向上については、窓口での多言語対応、外国人向けドライブマップ作成の促進、空港等での利用環境の向上、乗り放題パスの販売促進などに取り組んでいます。

ニッポンレンタカーでは14言語対応での三者間通話による通訳電話サービスに多言語ナビの標準装備や翻訳機の導入など、更なるインフラ整備に努めていきます。

東京オリンピック・パラリンピック後も、レンタカーサービスへの評価を高めて観光大国の実現に寄与するため、さまざまな課題にも積極的に取り組んでいきます。

何をもって「心のバリアフリー」と言えるのか
受け入れ体制と心構え

交通エコロジー・モビリティ財団は、バリアフリーの分野で鉄道駅や旅客船などにおけるバリアフリー施設の整備の推進や、高齢者や障がいのある方々が安全かつ快適に移動できる交通システムの実現に向けた活動のため、関連する施設整備への支援、啓発活動、情報提供や調査研究を実施し、ハード、ソフト両面から交通バリアフリー化の推進を図っています。

そこで、インバウンド対策に取り組む方々へ向け、受け入れ体制や心構えなどをうかがいました。

「コミュニケーション支援ボード」の活用を相手の立場を考えることが「心のバリアフリー」

交通エコロジー・モビリティ財団では、高齢者や障がいのある方にとって安全に安心して移動できる社会を目指してバリアフリー事業を推進する中で、主に公共交通機関における知的障がい者や聴覚障がい者、高齢者や日本語のわからない外国人などのコミュニケーションを円滑に行うためのサポートツールとして「コミュニケーション支援ボード」を作成しています。

紙版、デジタル版とあり希望者に配布されている

訪日外国人旅行者が急増して、公共交通機関を使う際の利便性向上という観点から「コミュニケーション支援ボード」を活用していただく機会も拡大してきました。路線バスの車内でも、必要な部分だけコピーして運転席の傍に設置して、必要な皆さんが指し示すという形で利用していただいているようです。

「付加的なサービス」ではなく「必要不可欠」なものに

民間のバス会社が多い日本では、会社によっても乗降方法や運賃の支払い方法が異なるので、訪日外国人旅行者向けに事前の情報発信を通じて安心感を持っていただくことも大切ではないかと考えています。

また、個別のバス会社による努力も限られますから、業界団体などが中心になって対応をリードしていただければと思います。バリアフリーや外国人向けサービスは、付加的に捉えられがちですが、必要不可欠なものとして取り組んでいただくことが求められているようです。

バスドライバーの皆さんには、安全運転が第一に求められていますので、必要最低限の対応をお願いできればと思います。利用者の皆さんにも、運転中はバスドライバーに話しかけないなど、マナーの周知も図っていく必要があります。ドライバーの方々には、共感力を持っていただき、いつも通りに対応していただけば良いのではないでしょうか。

真の意味で「共生社会」が求められる時代

場面に応じて、自分だったらこうしてほしいと思うことを実践いただくことが大切だろうと思います。研修で学んだ対応だけにとどまらず、相手を見て、相手に応じて、臨機応援に対応していただくことが最も求められていると考えます。

「心のバリアフリー」は、さまざまなお客様がいらっしゃっても、相手の立場に立って考えられるということだと思います。最終的には、「心のバリアフリー」という言葉がなくなることが理想ですけれども、そのためには、バスドライバーだけでなくバスを利用する乗客の皆さんにも配慮をしていただかなければなりません。さまざまな利用者がいることを認識し理解し合うという、「共生社会」の実現が求められる時代を迎えています。

取材協力：公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団

Supported by
日本財団
THE NIPPON FOUNDATION

本誌は日本財団の支援を受け、発行されました。